

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y
LITERATURA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN CON
MENCIÓN EN PERIODISMO PARA PRENSA, RADIO Y
TELEVISIÓN**

**“EL GRAFFITI COMO EXPRESIÓN SIMBÓLICA URBANA.
ANÁLISIS INTERPRETATIVO DEL FENÓMENO EN EL SECTOR
CENTRO-NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”**

FABIÁN ISIDRO RIOFRÍO ARCHULETA

DIRECTOR: CARLOS AULESTIA

QUITO, 2011

**PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER
NIVEL)**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

**Yo, FABIÁN ISIDRO RIOFRÍO ARCHULETA, C.I. 170871406-6
AUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN INTITULADO: “EL GRAFFITI
COMO EXPRESIÓN SIMBÓLICA URBANA - ANÁLISIS INTERPRETATIVO
DEL FENÓMENO EN EL SECTOR CENTRO-NORTE DE LA CIUDAD DE
QUITO”, PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
PERIODISMO PARA RADIO, PRENSA Y TELEVISIÓN EN LA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA:**

**1.- DECLARO TENER PLENO CONOCIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN QUE
TIENE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, DE
CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 144 DE LA LEY ORGÁNICA DE
EDUCACIÓN SUPERIOR, DE ENTREGAR A LA SENESCYT EN FORMATO
DIGITAL UNA COPIA DEL REFERIDO TRABAJO DE GRADUACIÓN PARA
QUE SEA INTEGRADO AL SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR PARA SU DIFUSIÓN PÚBLICA
RESPETANDO LOS DERECHOS DE AUTOR.**

**2.- AUTORIZO A LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR A DIFUNDIR A TRAVÉS DEL SITIO WEB DE LA BIBLIOTECA DE
LA PUCE EL REFERIDO TRABAJO DE GRADUACIÓN, RESPETANDO LAS
POLÍTICAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD.**

QUITO, 10 DE NOVIEMBRE DEL 2011

FABIÁN ISIDRO RIOFRÍO ARCHULETA

C.I. 170871406-6

AGRADECIMIENTOS

ESTOY ENDEUDADO CON MUCHAS PERSONAS POR SU APOYO CONSTANTE PARA ESTE TRABAJO. MI MADRE Y PADRE, POR SU PERSISTENTE ESFUERZO, CAMI POR SU APOYO, A MARI POR SU ALIENTO, A MI DIRECTOR CARLOS POR SU CONOCIMIENTO Y AMISTAD.

ADICIONALMENTE QUIERO AGRADECER A MIS LECTORES, SANTIAGO PÁEZ, Y EN ESPECIAL A CAROLINA LARCO POR SU APOORTE DURANTE TODA MI CARRERA, COMO EL DE LEÓN ESPINOSA, APRECIADO MAESTRO.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

EL SER COMUNICACIONAL EN EL SIGLO XXI 2

CAPÍTULO I - LA CIUDAD, EL CIUDADANO Y LA CONCEPCIÓN IMAGINADA

I. I- ANTECEDENTES HISTÓRICOS 7

I. II- TRES MOMENTOS FUNDACIONALES DEL GRAFFITI QUITENO 8

I. III- LA CIUDAD 10

I. IV- IMAGINARIOS URBANOS 12

I. V- LA HIBRIDACIÓN Y EL MESTIZAJE 13

I. VI- DICOTOMÍA CIUDAD/URBANO 14

I. VII- EL CIUDADANO COMO LECTOR SIMBÓLICO 15

I. VIII- EL GRAFFITI 17

I. IX- LAS SIETE VALENCIAS DEL GRAFFITI 20

CAPÍTULO II -

QUITO, SU IMAGINARIO Y EL GRAFFITI 25

II. I- LA CIUDAD POLÍTICA Y SU FORMALIDAD 25

II. II- LA RELIGIOSIDAD EN QUITO 26

II. III- CURIOSIDADES DE LAS CIUDADES ANDINAS Y EL SÍNDROME CHULLA ROMERO

Y FLORES 26

II. IV- LA SEGREGACIÓN Y LO EXCLUSIVO 28

II. V- EL GRAFFITI EN QUITO 30

II. VI- TRES SITUACIONES DE COEXISTENCIA EPISTEMOLÓGICA 32

II. VII- LAS SIETE VALENCIAS DEL GRAFFITI ILUSTRADAS EN QUITO 36

II. VIII- LA TRICOTOMÍA DE PEIRCE EN EL GRAFFITI QUITENO 43

II. IX- EL MODELO DE COMUNICACIÓN DE JAKOBSON APLICADO AL GRAFFITI	48
---	-----------

CAPÍTULO III –

REFLEXIONES SOBRE EL GRAFFITI Y SU VALIDEZ

COMO TÉCNICA EXPRESIVA URBANA 52

III. I- GRAFFITI: EL MEDIO ICONOCLASTA 53

III. II- EL CIUDADANO-LECTOR 55

III. III- LA DOBLE FAZ DEL SABER 57

III. IV- EL GRAFFITI VS. EL ANUNCIO PUBLICITARIO 58

III. V- DE LA MENTE A LA PARED 60

III. VI- EL FUTURO DEL GRAFFITI 63

III.VII- LAS TEMPORADAS DEL GRAFFITI EN QUITO 66

III. VIII- GRAFFITI: ¿UN MEDIO DE EXPRESIÓN LEGÍTIMO? 68

V – CONCLUSIONES 70

VI – RECOMENDACIONES 73

VII – ANEXOS 74

VIII – BIBLIOGRAFÍA 87

VII- BIBLIOGRAFÍA

Bardavio, José María. La versatilidad del signo, Madrid, Alberto Corazón Editor, 1975.

Bernal Díaz del Castillo, Historia verdadera de la conquista de la Nueva España, México D.F., Espasa Calpe, 1955.

Baudrillard, Jean. Intercambio simbólico y la muerte, Caracas, Monte Avila Editores, 1980.

Castleman, Craig. Los graffiti, Madrid, 1987.

Contreras, Adalid. Graffiteando, La Paz, 2002, Biblioteca Universidad Andina

Simón Bolívar.

Dickey, Christopher. “1968 – el año que cambió todo”, Newsweek en español, 19/11/2007.

Eco, Umberto, Thomas Seabok. El signo de los tres, Barcelona, Editorial Lumen, 1989.

Falconí, Patricio. Censura de prensa y libertad de Graffiti, Quito, 1992.

García Canclini, Néstor. Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad, Buenos Aires, Paidós, 2001.

Guiraud, Pierre. La semiología, México D.F., Siglo Veintiuno Editores, 1986.

Icaza, Jorge. El chulla Romero y Flores, Quito, Libresa, 2005.

Ortega, Alicia. La ciudad y sus bibliotecas: el graffiti quiteño y la crónica costeña, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar; Corporación Editora Nacional, 1999.

Ron, Alex. Quito: una ciudad de graffitis, Quito, Editorial el Conejo, 2007.

Silva, Armando. Imaginarios Urbanos, Santa Fe de Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1997.

Silva, Armando. Punto de vista ciudadano, Santa Fe de Bogotá, Publicaciones del Instituto Caro y Cuervo, 1987.

Vanegas, Vanessa. Análisis de la configuración del imaginario urbano a partir de la representación mediática de Quito contemporáneo en los productos periodísticos *Segmento de la comunidad, Noticiero 24 horas, Teleamazonas y Sección Quito, Diario El Comercio durante el periodo de agosto 2007*,

Tesis, PUCE, 2008.

Morales, Juan Carlos. "Primer acto del juglar", Graffiti: en clave de azul, Quito, 1997.

Valacina, Cristian. García Canclini, Culturas Híbridas, Ensayo.

PRENSA

Redacción Quito, "El graffiti tiene dos caras en los muros de Quito", Diario El Comercio, Sección Cultura, lunes 8 de noviembre, 2010.

Redacción Quito, "Quito es más andina que hispánica", Diario El Comercio, Sección Quito, 6 agosto 2007.

FUENTES DE INTERNET

Albuquerque, Lyliam. "Entrevista a Armando Silva", Imaginarios Urbanos, nov 7 2007, en línea: <<http://www.imaginariosurbanos.com.ar/entrevistaSilva.pdf>>, fecha de acceso: 21/4/2010.

Brassaï, Minotaure, N° 3-4, diciembre 1933 pp. 6-7, citado en: Brassaï, de la pared de las cuevas a la pared de las fábricas, Círculo de Bellas Artes, Madrid, 2008, p. 36, edición en línea: <<http://www.scribd.com/doc/12696073/Brassai-Graffiti>>.

Mazzilli, Román. "Graffiti... Las voces de la calle", GüeGüe Comunicaciones, en línea, <<http://www.guegue.com/graffiti/voces.html>>, fecha de acceso: 21/5/2010.

Peredo, Jesús. "El Graffiti: su evolución y percepción social a favor o detrimento de una ciudad", en línea: <<http://topofilia.net/coloquio09peredo.html>>, fecha de acceso: 4/12/2010.

"El Chulla Romero y Flores." Wikipedia, La enciclopedia libre. 6 nov 2010, en línea: <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=El_Chulla_Romero_y_Flores&oldid=41579064>, fecha de acceso: 7/9/2010.

“Siempre los ha habido: dibujos y cuadros en las paredes que se realizan sin haber sido encargados. Importantes para sus realizadores y signos claros para los que los observan, siempre han creado expectación y confrontación, una y otra vez, desde la edad de piedra.”

JOHANNES STAHL

INTRODUCCIÓN-

EL SER COMUNICACIONAL EN EL SIGLO XXI

La siguiente disertación tiene como finalidad analizar el fenómeno comunicativo del graffiti de la ciudad de Quito, específicamente en el sector centro-norte de esta urbe. La presente investigación intentará vislumbrar esta manifestación urbana desde un punto de vista comunicacional simbólico-urbano, tomando en cuenta diferentes elementos característicos del graffiti y asociándolos con diversos aspectos teóricos de la comunicación.

El ser humano tiene una necesidad innata de expresarse, de aliviar el cúmulo de ideas, pensamientos y sensaciones que lleva dentro y por eso se convierte en un ente comunicativo al momento de reconocer esta necesidad de exteriorizar aquello que siente que no puede callar. Es comunicativo por naturaleza.

Desde los ejemplos más remotos de la historia antigua –pinturas primitivas en cavernas prehistóricas– hasta adaptaciones creativas de nuevas tecnologías para satisfacer aquella hambre de exponer al mundo su esencia y sus entrañas, el ser humano, al ser una criatura social, ha incorporado la comunicación en su forma de vivir. La creatividad humana fue moldeando y cambiando los mecanismos de expresión de las personas a lo largo de la historia; desarrolló el relato, eventualmente su ingenio creó la imprenta movable, la prensa, y, con la llegada de la modernidad, inventó tecnologías como las telecomunicaciones para saciar la necesidad comunicativa innata en su ser.

La vida contemporánea es una combinación compleja de elementos que no estuvieron presentes en momentos anteriores de la historia humana. Estos aspectos también presentes en la conformación de la ciudad moderna, son características que no existieron anteriormente en el desarrollo de la mentalidad y comportamiento social humano. Un ejemplo: antes de la creación de los trenes, autobuses y otras formas de transporte masivo, las personas nunca tuvieron que estar confinados a espacios reducidos con gente desconocida, viéndose las caras por periodos extendidos de tiempo.

El ingenio humano debió, entonces, encontrar soluciones versátiles a los nuevos problemas causados por la vida moderna en la ciudad.

Con la transformación de la vida humana a lo que es en la actualidad –una tupida interacción con la cultura, tecnología, la ciudad y demás personas– los métodos comunicacionales necesariamente debieron también asumir un cambio intrínseco. Todo lo que compone la modernidad ha modificado a la ciudad, y necesariamente a cómo el ciudadano se relaciona con ella.

Con la evolución de la ciudad durante el siglo XX, diversas estructuras sociales se fueron imponiendo. La ciudad se convirtió en un ente viviente, compuesto de miles, cientos de miles o millones de seres que cumplían diversas funciones, todas importantes, y se fueron definiendo nuevas necesidades y nuevos problemas para sus habitantes:

Hemos pasado de vivir unas ciudades definidas en sus límites físicos a otras donde lo urbano define una condición ciudadana con independencia de su referencia material. Se pasó de enfatizar lo arquitectónico a una aproximación cultural, [...] lo que vislumbra un futuro urbanizado con ciudadanos cada vez más emancipados de sus espacios físicos para la realización de sus quehaceres diarios.¹

Una de las nuevas necesidades causadas por esta nueva forma de vida en la ciudad moderna fue adentrándose dentro del individuo, causando que reconozca el deseo de hacerse sentir y distinguirse dentro de la monotonía que la ciudad le imponía. Los medios tradicionales de comunicación –los *mass media*– no satisfacían sus necesidades comunicativas individuales y por esto debió buscar medios de expresión alternativos.

El graffiti fue así adquiriendo importancia como mecanismo de expresión del anónimo ciudadano, que hasta antes de utilizar la pared como pancarta para sus ideas y pensamientos nunca tuvo manera de hacer que su voz individual se escuche en la populosa ciudad.

¹ Armando Silva, Imaginarios Urbanos, Santa Fe de Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1997, p.3

El solo hecho de que esta tendencia comunicativa sea prácticamente omnipresente en toda sociedad humana contemporánea ratifica su legitimidad y por esta razón es importante que se estudie. El fenómeno del graffiti está presente desde hace mucho tiempo en Quito, y por esto merece un escrutinio respectivo para entender e incluirlo en la concepción comunicativa socialmente admitida.

En lo que tiene que ver con Ecuador, hasta donde se sabe, los dos primeros actos de escritura graffitera pertenecen al siglo XVIII. Eugenio Espejo fue también un graffitero que grabó consignas de libertad en las paredes coloniales de la monástica ciudad quiteña y, un poco más tarde, apenas producida la independencia, se dejó ver el escrito "último día del despotismo y primero de lo mismo", el famoso graffiti que habría de hacer historia.²

Tal como uno de los personajes insignes de la historia de nuestra patria le dio importancia y reconocimiento a esta manifestación expresiva, es imperante que en la actualidad podamos incorporar nuevas técnicas y métodos expresivos urbanos dentro de nuestra esfera comunicacional.

El propósito de esta investigación es delinear la historia universal del graffiti y su influencia en la manifestación de este fenómeno en la ciudad de Quito, tomando en cuenta sus características, la evaluación de imagen, texto y mensajes, partiendo desde un análisis cualitativo-interpretativo y basándose en conceptos teóricos de la comunicación. Algunas de las bases teóricas que serán tomadas en cuenta para el siguiente análisis son, por ejemplo, el concepto del imaginario urbano aplicado a Quito, la tricotomía de Peirce, y las tres situaciones de coexistencia epistemológica.

Se buscará determinar cuáles son las características definidoras del graffiti quiteño y demostrar cuáles y qué tipo de contenidos se encuentran plasmados en las paredes del Quito centro-norte. Los objetivos específicos de este trabajo están delineados en los siguientes puntos:

- a.) Documentar graffiti dentro de la zona establecida para el trabajo.
- b.) Descubrir y clasificar graffitis mediante documentación fotográfica.
- c.) Comparar los casos específicos de graffiti dentro de su categoría.

² Alicia Ortega, *La ciudad y sus bibliotecas: el graffiti quiteño y la crónica costeña*, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar; Corporación Editora Nacional, 1999, p. 40

- d.) Analizar los contenidos, estilos, símbolos y mensajes de los graffitis y contextualizarlos.
- e.) Aplicar enfoques teóricos para el análisis de graffiti.

Para el fin de hacer este análisis cualitativo se ha ido cosechando un archivo fotográfico de muestras de graffiti quiteño a lo largo de algunos años, documentando este fenómeno dentro de un contexto urbano específico. Las fotografías registradas de graffiti quiteño fueron recolectadas desde noviembre del 2006 hasta julio del 2010, en el sector centro-norte de la ciudad (aproximadamente entre la avenida Patria en el sur hasta el aeropuerto al norte), espacio residencial y comercial de la capital ecuatoriana.

La motivación para este trabajo se basa en que el graffiti es un fenómeno comunicacional que, en los últimos tiempos, ha evolucionado en Quito: se ha incrementado tanto en cantidad como en su calidad. Esta manifestación comunicativa en Quito no ha sido el centro de enfoque de un análisis específico. Existen estudios sobre la concepción de imaginario urbano de ciudades como Bogotá o Sao Paulo, e inclusive de Quito, pero no del graffiti en sí. Aunque autores como Alex Ron o Patricio Falconí han hecho compilaciones y estudios sobre el graffiti, el tema de este tipo de expresión urbana es bastante novel y poco explorado.

Esta disertación está compuesta por tres capítulos: el primero expone una base metodológica y teórica que será utilizada en los siguientes capítulos; el segundo analiza y aplica los conceptos del primero en el contexto quiteño; y el tercer capítulo analiza el fenómeno como técnica expresiva y lo contempla en diversas esferas del diario vivir de la ciudad.

El primer capítulo se titula “La ciudad, el ciudadano y la concepción imaginada”. Aquí se narran los antecedentes históricos del graffiti actual y se contextualizan tres hitos fundacionales del graffiti quiteño. La ciudad como concepto es definida, como así lo es la noción del imaginario urbano. Se expone la dicotomía ciudad/urbano y se la especifica, mientras se explica la hibridación y el mestizaje como fenómenos urbanos modernos. El capítulo cierra con un análisis teórico sobre

lo que es el ciudadano, una definición del graffiti y una descripción de las siete valencias del mismo.

El segundo capítulo, “Quito, su imaginario y el graffiti” aplica los conceptos de la primera parte dentro del contexto de la ciudad de Quito. Este segundo inciso comienza con la descripción de la ciudad dentro de sus características previstas desde su contexto político, innatas de toda ciudad capital. Se empieza a describir el imaginario urbano quiteño a partir de esta característica, sumada la religiosidad de la ciudad, curiosidades de las ciudades andinas y lo que se denomina en esta tesis el “síndrome Chulla Romero y Flores”. Este capítulo cierra con una aplicación práctica de conceptos teóricos a ejemplos de graffiti en Quito, específicamente se ilustran las siete valencias del graffiti con muestras locales, se describe las tres situaciones de coexistencia epistemológica y se ejemplifica la tricotomía de Peirce con muestras locales.

“Reflexiones sobre el graffiti y su validez como técnica expresiva urbana” es el título del último capítulo que considera la característica iconoclasta del graffiti, concibe la noción del ciudadano como lector urbano, contrapone el graffiti con el anuncio publicitario, describe un proceso de creación de un graffiti mediante un ejemplo concreto, y analiza la legitimidad del graffiti como un medio de expresión.

CAPÍTULO I-

LA CIUDAD, EL CIUDADANO Y LA CONCEPCIÓN IMAGINADA

I. I- ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La milenaria práctica de plasmar ideas en las superficies del entorno humano, antecedente del graffiti moderno, está presente desde la prehistoria humana. Los ideogramas encontrados en cavernas, que datan hace más de 32.000 años, reflejan que desde sus inicios el ser humano ha reconocido su necesidad comunicativa y, a través del uso de sus manos, haciendo caso a un instinto creativo, empezó a dejar su marca.

Los más antiguos y famosos ejemplos del graffiti en su forma actual, se encuentran vulcanizados en los muros y paredes de la Pompeya fosilizada. La erupción del volcán Vesubio en 79 d.C., coloso donde fue fundada esta población, sepultó a esta urbe en ceniza y lava, preservando así el modo de vida de estos antiguos romanos.

Entre los invaluable tesoro arqueológico desenterrados de la piedra y ceniza pompeyana, se encontraron cerca de 20.000 ejemplos de graffiti de la época. "Me asombra, oh pared, que aún no te hayas derrumbado bajo el peso de las tonterías de tantos escritores" o "Salud al que ame, muerte al que no sepa amar", son un par de ejemplos de lo que estos antiguos romanos plasmaban en sus paredes.

Así podemos ver que, hace ya miles de años, el ingenio humano lo llevó a cambiar la función de una pared, transformándola a un 'lienzo en blanco' en el cual era posible expresarse política, humorística, irónica y sarcásticamente.

El primer graffiti documentado de la América hispana aparece en los escritos de don Bernal Díaz del Castillo, cronista de la conquista española del Nuevo Mundo, donde cuenta que Hernando Cortés, al discrepar con sus capitanes sobre el reparto de un botín, intervino en una batalla de mensajes escritos con estos, grabados precisamente en la pared de la casa del histórico conquistador.

El cronista español termina el relato contando que Cortés finalizó la contienda al plasmar en su propia pared un gran aviso que decía: "Pared blanca, papel de necios"³.

Como señala Armando Silva, Ph.D en Filosofía y Literatura Comparada y creador de la teoría de imaginarios urbanos, en su libro *Punto de vista ciudadano*, este enfrentamiento escrito entre los conquistadores afirma que desde entonces se veía a los muros urbanos como espacios para "expresar sentimientos (la pared tomada como papel...) y sobre la 'legitimidad' de semejante uso"⁴.

Es evidente que la escritura mural conocida como graffiti ha estado presente, de una manera u otra, desde los inicios de la humanidad. El graffiti quiteño, sin embargo, posee tres instantes históricos que han repercutido en sus propiedades características.

I. II- TRES MOMENTOS FUNDACIONALES DEL GRAFFITI QUITAÑO

Hay tres momentos históricos contemporáneos que han dado forma al graffiti quiteño de la actualidad: las protestas estudiantiles de mayo de 1968, Nueva York de los 70 con sus movimientos rebelde/expresivos en el *subway*, y el contexto histórico en las ciudades latinoamericanas a partir de la década de los 80.

En mayo de 1968, en Francia, centenares de estudiantes parisinos y otros grupos sociales de izquierda se levantaron en contra del régimen de Charles de Gaulle, presidente de ese entonces. Una nueva particularidad surgió durante las protestas parisinas: estudiantes de la Sorbona comenzaron a escribir mensajes filosóficos, de protesta, burla y de crítica en las paredes de su universidad. Escritos como "*Soyez réalistes, demandez l'impossible*" (sean realistas, exijan lo imposible) empezaron a lucir en todos los rincones del *Quartier Latin*.

³ Bernal Díaz del Castillo, *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*, México D.F., Espasa Calpe, 1955, pp. 430-431

⁴ Armando Silva, *Punto de vista ciudadano*, Santa Fe de Bogotá, Publicaciones del Instituto Caro y Cuervo, 1987, p. 28

Los indómitos ideólogos de izquierda llenaban el aire con declamaciones estridentes marxistas, trotskistas, maoistas, anarquistas, situacionistas y demás. Pero el sentimiento imperante era muy simple en esencia: deshacerse de las estructuras del orden establecido. Tener un mejor –y sobre todo, más justo– futuro.⁵

Casi simultáneamente, en Nueva York, jóvenes de ascendencia latinoamericana y afroamericana empezaron un nuevo fenómeno nunca antes visto; con los *tags* –firmas casi ilegibles, estilizadas según cada escritor de graffiti y pintadas usualmente con marcador sobre superficies visibles y planas. Estos garabatos, más que ser firmas escritas, eran una suerte de marca gráfica representativa que expresa la creatividad de su autor. La función de los *tags* era simplemente ser vistos por la mayor cantidad de personas, así que sus creadores comenzaron a rayar sus firmas en los vagones de los trenes del sistema de transporte público de Nueva York. Un rasgo particular de los *tags* es su tamaño pequeño, característica que permitió a los escritores emplear marcadores comunes y de fácil adquisición para rayar las paredes de los trenes y el metro.

Con el transcurso del tiempo, algunos escritores más creativos y osados trasladaron su forma de expresión al exterior del tren. Cambiaron los *tags* por pintadas grandes en los costados de los trenes, teniendo así más espacio para sus creaciones. Primero aparecieron pintadas gigantes como "*Merry Christmas New York*" (feliz navidad Nueva York), que cubrió todos los vagones de un tren entero, paseándose en las rieles neoyorquinas ante el asombro de muchos y apreciación de algunos. Estas pintadas, al ser de tamaño grande y con un limitante fundamental de ejecución –el tiempo, inicialmente no hacían énfasis en los detalles y el acabado. Sin embargo, mientras más jóvenes se atrevían a pintar ilegalmente a los trenes, los estilos y la complejidad del graffiti neoyorquino se establecieron.

Esta nueva expresión urbana de la Gran Manzana eventualmente se fue combinando con la subcultura del *Hip-hop*, ya que la mayoría de sus exponentes también pertenecían a este grupo social que adicionalmente mantenía algunas similitudes de discurso con el del movimiento graffiti.

⁵ Christopher Dickey, "1968 – el año que cambió todo", Newsweek en español, 19/11/2007, p. 14

Ante la deplorable y monótona arquitectura neoyorkina, los graffiti son una canasta de flores latinoamericanas derramada por la ciudad; una marea para cubrir la monstruosidad del vacío abstracto de los muros de la arquitectura tecnológica; letras vivas, alargadas como animales, sinuosas como serpientes, misteriosas como grafos del alfabeto árabe o chino. Jeroglíficos, símbolos, la respuesta del trópico a un ambiente de hierro gris, de ladrillo marrón oscuro, de asfalto y cemento, una auténtica erupción biológica; una lluvia tropical en donde plantas de todos los tamaños, grafos grandes y pequeños hablan los unos a los otros en la profusión y armonía de la selva de sus propias formas.⁶

El graffiti quiteño no conoce mucho de este tipo de pintadas; el fenómeno *Hip-hop* no se acentuó en el imaginario quiteño hasta las olas migratorias de los 90, donde compatriotas nuestros se pusieron en contacto con esta subcultura y no se evidenció masivamente este fenómeno hasta hace pocos años.

Este estudio no se enfocará en el graffiti del estilo *Hip-hop*, sino al contrario, en el textual, ya que el graffiti *Hip-hop* es gráfico casi en su totalidad, y en el caso de los *tags*, es prácticamente ilegible. Contiene adicionalmente un sinnúmero de códigos y simbología relacionada a su subcultura, y un estudio de esta expresión masiva implicaría un profundo análisis del *Hip-hop*, propuesta que se aleja de las intenciones de este trabajo.

Mientras que el graffiti en los Estados Unidos o en Europa buscaba legitimarse como un movimiento artístico y comercial, en la Latinoamérica de los 80 esta expresión urbana fue un mecanismo netamente subversivo. Es mucho después que en América latina el graffiti tomó tintes más artísticos y comerciales.

I. III- LA CIUDAD

La importancia del escenario donde ocurre el graffiti es fundamental para un estudio sobre esta expresión, por esto una definición de lo que es la ciudad es necesaria.

⁶ Norman Mailer, *The Faith of Graffiti*, Nueva York, Praeger Publishers, 1974, citado por José María Bardano, *La versatilidad del signo*, Madrid, Alberto Corazón Editor, 1975, p. 69

Este espacio de convivencia humana es tan complejo que necesariamente surgirán puntualizaciones de todos los tipos, pero los que nos competen en este trabajo son los relacionados a la semiología. "La ciudad fue, primordialmente, el lugar de producción y de realización de la mercadería de la concentración y de la explotación industriales. Hoy es, primordialmente, el lugar de ejecución del signo como una de sentencia de vida o muerte"⁷.

El signo, elemento fundamental para la comunicación, entendimiento del entorno e interacción humana es prácticamente omnipresente en la ciudad. En su sentido más general, es una representación mental o figurativa, sustituta de un elemento referido. El ciudadano, en su constante transitar a través de la urbe debe necesariamente crear y apelar al uso de signos para su supervivencia en la vida citadina.

La semántica de la ciudad es la asignación de significados, creación de signos, interpretación de símbolos de la urbe. Estos sistemas de interpretación y relación con la ciudad por parte del individuo/ciudadano son fundamentales para existir dentro de ella.

La semiología expone que es posible vislumbrar la ciudad como un conjunto significativo que es leído por sus ciudadanos y donde escriben sus historias. El ser humano asigna significado a su entorno para poder habitarlo.

La apropiación, interpretación y expresión de significados ocurre en la ciudad por parte de los ciudadanos para poder existir en la urbe y así influir en ella para dejar una constancia de su tránsito a través de ella.

"Una ciudad es un espacio en el que sus habitantes encuentran formas diversas de insertarse en la escena comunicativa para adquirir –ya sea en la legitimidad de la cultura o de forma marginal- un reconocimiento social, una marca que hable de su participación en el cruce del intercambio verbal"⁸. La urbe es el lugar de encuentro de las diferencias entre sujetos competentes, es el "lugar de

⁷ Jean Baudrillard, Intercambio simbólico y la muerte, Caracas, Monte Ávila Editores, 1980, p. 91

⁸ Armando Silva (1997), Op. Cit., p.3

acontecimiento cultural y como escenario de un efecto imaginario"⁹. Evidentemente, la ciudad se mueve, se transforma, se construye y reconstruye incesantemente –no tanto por sus espacios físicos, sino por sus habitantes.

Dentro de la concepción humana, el territorio, o en este caso, la ciudad, tiene un umbral a partir del cual el individuo/ciudadano se reconoce. Dentro de los horizontes del territorio, este sujeto se define como "yo en mi entorno". Esta territorialización del espacio ciudadano es más algo como un mapa urbano, una concepción imaginada: como destaca Silva, "el territorio es algo físico, pero también extensión mental"¹⁰.

El individuo/ciudadano, en su condición territorial, marca y reconoce su espacio basado en la simbología del mismo. Los quiteños reconocen su ciudad a partir del inmenso Pichincha y se sienten en casa al transitar sus serpentinas y estrechas calles. Nombrar el territorio, la ciudad, es vislumbrar tanto su aspecto físico, empírico, cuanto sus elementos intangibles: olores, vivencias, sentimientos. Estos dos aspectos están interrelacionados y siempre el uno se referirá al otro y vice versa.

I. IV- IMAGINARIOS URBANOS

Es pertinente en este momento hacer alusión a un concepto central para este estudio: los imaginarios urbanos. Como vimos anteriormente, el ser humano tiene una concepción mental a la que acude cuando piensa en su territorio. Esto se llama ‘imaginario urbano’, aquella noción intangible, basada en el punto de vista ciudadano que convierte imágenes, signos y vivencias en interpretaciones de la realidad y del espacio real. Son construcciones mentales únicas, y por esto se podría decir que existen tantos Quitos, por ejemplo, como sus habitantes e, incluso, visitantes. El espacio físico es el mismo. Los millones de habitantes ven el mismo Panecillo, los mismos edificios y las mismas cumbres de las montañas y nevados que acompañan esta ciudad, transitan las mismas calles y respiran el mismo aire, pero su relación

⁹ Ibid., p.19

¹⁰ Ibid., p.29

individual con cada uno de los elementos que componen esta ciudad varía, y por esto el Quito imaginado de uno nunca será igual ni se repetirá con el Quito de otro.

Los imaginarios urbanos exponen "los deseos colectivos de ciudadanos como formas sociales que emergen, dibujando unas figuras del ser social"¹¹.

Aunque ningún imaginario puede ser replicado en su totalidad, existen elementos fundamentales de estos que son compartidos. Estas características urbanas distintorias repetidas en los imaginarios de los ciudadanos van dando forma a una construcción imaginada, una versión virtual-social de la ciudad que define su identidad percibida.

I. V- LA HIBRIDACIÓN Y EL MESTIZAJE

Como ya vimos antes, la ciudad es el punto de confluencia de sujetos diferentes, y al ser un punto de confluencia, se convierte en un terreno catalizador propicio para la hibridación y el mestizaje. Estos son "procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas."¹²

La hibridación ocurre por la creatividad individual o colectiva. Esto no solo sucede en las artes, sino también en la vida cotidiana y en el desarrollo tecnológico.

En Quito se puede ver ejemplos de hibridación que datan a su nacimiento español. En las iglesias católicas, la nueva religión impuesta por los españoles, los constructores y artistas indígenas fusionaron elementos religiosos autóctonos, el sol y otras deidades amerindias, con elementos de la simbología católica. Aún yacen querubines en forma de soles en el artesonado de varias iglesias quiteñas, como la de San Agustín.

¹¹ Ibíd., p.3.

¹² Néstor García Canclini, Culturas híbridas, Buenos Aires, Paidós, 2001, p.14

La hibridación en Quito sigue ocurriendo en la actualidad gracias a la globalización mediante la influencia de culturas extranjeras en la local. Los medios de comunicación juegan una función preponderante en este proceso de mestizaje cultural en la ciudad y en el país.

I. VI- DICOTOMÍA CIUDAD/URBANO

El imaginario urbano, concepto ya descrito con anterioridad, tiene como corolario la creación de una ambivalencia interpretativa de la realidad, la dicotomía ciudad/urbano. En distintos estudios relacionados a este, como los diversos trabajos de Armando Silva, particularmente, se resalta esta dualidad. El primer elemento de esta dicotomía es la ciudad, que no es más que el casco físico, las calles, monumentos, edificios y paredes de la ciudad. Es el espacio palpable y tangible.

Lo urbano, la segunda parte de esta dicotomía, es el lugar de las culturas ciudadanas donde se expresan los imaginarios. Es intangible y existe en la mente de los ciudadanos de manera individual y colectiva a la vez. Aquí es donde se manifiesta el imaginario urbano, complemento necesario de la ciudad real y palpable.

La ciudad empírica, aquel espacio tangible que se puede interceptar a través de los sentidos, este "lugar real" es complementado por el "lugar imaginado" correspondiente. Un estadio de fútbol no es más que una gran construcción de hierro y cemento, que tiene un tamaño definido y características físicas específicas, en el lugar real. Este mismo estadio tiene un segundo plano de existencia fuera del mundo natural, y es dentro de la mente del hincha. Para el hincha del equipo local, el estadio será un lugar especial de vivencias y conquistas, o hasta lugar de una pasión casi religiosa; para el hincha visitante podrá representar malos recuerdos. Los recuerdos y las vivencias, con las demás construcciones imaginarias (mentales), no son parte de ese anterior mundo empírico y real.

Alicia Ortega, académica ecuatoriana, hace referencia a esta dicotomía ciudad/urbano al definirla como "lugar real" vs. "espacio social". Si bien el lugar real, lo edificado y construido, ya está ahí, carece de significación hasta que lo vivido

y representado –el espacio social, lugar imaginado, lo invada y ocupe a través del uso, percepción y reconocimiento del ciudadano, eje fundamental de esta dualidad.

El individuo/ciudadano busca, a través de un proceso semántico, asignar significado y, por ende, valor a los diferentes espacios reales de su ciudad.

Dentro de esta óptica de la dicotomía ciudad/urbano, se puede determinar que toda ciudad, entonces, tendrá dos espacios: el oficial, diseñado por urbanistas y arquitectos, hecho por las instituciones y creado "antes de que el ciudadano lo conciba a su manera"¹³; y el diferencial, que "consiste en una marca territorial que se usa e inventa en la medida que el ciudadano lo nombra o inscribe"¹⁴. El espacio oficial es el escenario del diario acontecer de la ciudad y el diferencial es donde el ciudadano establece la significación necesaria para sentirse parte del territorio que reconoce como suyo. El espacio oficial de una ciudad puede permanecer inmutado por siglos, si sus edificaciones permanecen de pie, pero el espacio diferencial constantemente estará en un proceso de reconstrucción permanente.

I. VII- EL CIUDADANO COMO LECTOR SIMBÓLICO

Ya definidos los distintos aspectos de la ciudad, es importante analizar el mecanismo que permite que el individuo/ciudadano se relacione con su entorno citadino y cree, así, estos procesos de relación, significación e interpretación. Este mecanismo es el punto de vista ciudadano.

Según Silva, para que exista un punto de vista, se necesita a.) un objeto de exhibición (interpretación/asimilación sensorial), y b.) la observación (vivencia) por un sujeto real. El punto de vista es la intermediación entre a.) y b.), es la consecuencia de la mirada –no solo es el hecho de ver, sino de mirar: vincular emociones y pensamientos con lo visto.

¹³ Armando Silva (1997), Op. Cit., p.30

¹⁴ Ibíd. p.31

La ciudad, entonces, es la suma de los puntos de vista ciudadanos, y la mirada ciudadana comprende la lectura simbólica que se hace de esa ciudad. Concluimos, así que la mirada ciudadana es un ejercicio colectivo que filtra y selecciona todo acontecer social, basándose en una uniformidad ideológica común.

La ciudad se define como tal en sus habitantes, sus ciudadanos. Existe ahí una relación implícita en la que el uno se significa en el otro, y vice versa, como un sistema circular sin fin. Como señala Alicia Ortega, el semiólogo Roland Barthes concluye que la ciudad habla a sus habitantes y ellos constantemente hablan con ella al momento en el que la habitan, la recorren y la miran¹⁵.

Como vimos antes, el individuo necesita de la ciudad para ser ciudadano; el territorio necesita del ciudadano para ser ciudad. Esta relación cíclica entre la ciudad y el ciudadano depende de la construcción y reconstrucción de la imagen urbana por parte de los habitantes.

La ciudad es el punto de confluencia del individuo con lo social, donde lo que define al "yo" se diluye en aquella colectividad sin rostro ni voz individual. Adicionalmente, es el punto de confluencia de sujetos distintos que comparten el mismo espacio real. Dentro de este espacio habitado es donde, a causa de las confluencias suscitadas en la urbe, acontecen fusiones únicas.

El sociólogo alemán Ulrich Beck menciona que "la globalización nos coloca ante el desafío de configurar una 'segunda modernidad', más reflexiva, que no imponga su racionalidad secularizante sino que acepte pluralmente tradiciones diversas."¹⁶ La hibridación no solo es la aceptación de tradiciones y rasgos diversos, sino la asimilación de estos y su fusión con otros ya existentes. Esto nuevamente nos trae a la ciudad, lugar de exposición y de adopción de ideas diversas.

Este proceso de mestizaje cultural implica la existencia de un plano imaginario de construcción e interpretación de la vida y de la ciudad. En este espacio mental se manifiesta la ciudad imaginada, concepción individual y colectiva del

¹⁵ Alicia Ortega, Op. Cit., p. 25

¹⁶ Néstor García Canclini, Op. Cit., p.23

espacio real habitado. Las características de una ciudad son generadas por sus habitantes en su imaginario urbano. Una ciudad es hermosa, peligrosa, cultural, divertida, entre otros, basado en esta creación imaginaria de sus habitantes que responde a características reales, pero también influidas por percepciones sociales.

El concepto de imaginarios urbanos es central para esta investigación, ya que es aquí, en esta interpretación y re-estructuración mental de la ciudad donde su habitante encuentra formas para complementar su existencia en ella. Al hablar de imaginarios urbanos se hace una referencia implícita a una dualidad ontológica de la ciudad. Por una parte está el lado tangible de la ciudad y por el otro está esta concepción imaginada de ella. Esta dicotomía ciudad/urbano es fundamental en los trabajos de investigadores como Alicia Ortega o Armando Silva.

Para esclarecer aún más esta ambivalencia, se puede decir que la ciudad es el espacio físico, definible y tangible, mientras que su contraparte, lo urbano, es la construcción imaginaria y sentida de los espacios y los significados de estos dentro del territorio ciudadano. El uso social de la ciudad define sus bordes y dentro de estos los usuarios familiarizados se auto reconocen.

Al tener una dicotomía ontológica como esta, existe un punto de confluencia donde las dos se juntan y complementan. Esta región donde se cruzan y entremezclan lo real y lo imaginado es el ciudadano.

La ciudad está bajo un constante cambiar. Se transforma, construye y reconstruye. Se disfraza para luego cambiar de traje. Estas mutaciones no dependen tanto en los cambios en sus espacios físicos, sino más en sus habitantes. Así se crea una relación complementaria entre el habitante y la habitación –es imposible definir al uno sin el otro.

I. VIII- EL GRAFFITI

El graffiti es el producto de la confluencia de lo urbano –los sistemas de representación que imaginan y narran la ciudad- con el constructo humano real.

Plasma con pintura lo imaginado, lo intangible, el lado etéreo de la ciudad en su otra mitad, la concreta, empírica y palpable.

La concepción del ciudadano de su imaginario urbano ha causado la conversión de las paredes de límites prediales a vitrinas urbanas en las que él mismo se muestra y se mira. "Con el graffiti, la pared dejó de ser únicamente el cerco limítrofe de la intimidad de una vivienda; fue convertido en un 'lienzo cómplice' de expresiones de diferentes representaciones culturales"¹⁷.

Pero, exactamente, ¿qué es el graffiti? Propongamos que en esencia es cualquier escrito indebido, sea por su mensaje o lo inapropiado de su ubicación. Con el movimiento cultural del *Hip-hop*, el graffiti también adoptó cualidades gráficas artísticas más relacionadas con el arte plástico.

La palabra "graffiti" procede del italiano "graffiare", que quiere decir 'garabatear', 'dibujar'¹⁸. 'Graffiti' se puede referir a muchos tipos de escritura mural, desde las pinturas en cavernas prehistóricas, o las "latrinalias" en las letrinas romanas, o lo que se ve en las paredes y muros de las ciudades del mundo¹⁹.

Según el autor Adalid Contreras, "graffiti es la ocupación visual o escrita de una pared para decir, expresar, existir, visibilizarse saltando los límites de la normalidad y saltando las responsabilidades de los cuidadores de las calles"²⁰.

Todo graffiti tiene un fin social: el ser leído. Posee diferentes niveles de autoría/anonimato; algunos buscan ser legitimados literariamente, siempre buscan ser reconocidos social y comunicacionalmente.

La pared es el testigo mudo de la vida urbana y depositario de mensajes y expresiones de ciudadanos que buscan legitimarse.²¹ El texto de los graffitis está

¹⁷ Adalid Contreras, Graffiteando, La Paz, Biblioteca Universidad Andina Simón Bolívar, 2002, p.19

¹⁸ Craig Castleman, Los Graffiti, Madrid, 1987, p.10

¹⁹ *Ibíd.* p.10

²⁰ Adalid Contreras, *Op. Cit.* p.15

²¹ *Ibíd.*, p.20

vinculado necesariamente con la vida cotidiana y se convierte en un registro de acontecimientos.²²

El graffiti dialoga con la ciudad, sobre la ciudad y ayuda a definirla, así como este escrito urbano se significa en ella. El graffiti se legitima como una actividad comunicativa al ser un proceso donde el ciudadano se apropia de su ciudad -sus espacios, edificaciones y sus contenidos imaginarios, para así entrar y formar parte de la escena comunicativa urbana.

Una de las características primordiales del graffiti es su aspecto iconoclasta: niega y rechaza órdenes establecidos, sean por la norma social o figuras de autoridad. Este nuevo medio de comunicación urbana es sobre rupturas –rupturas estéticas y sociales.

Alicia Ortega lee al graffiti como una suerte de profanación del texto social que tiene el propósito de desacralizar el territorio urbano. Es un mecanismo iconoclasta, que a través de sus técnicas y prácticas niega la autoridad de las normas y los modelos establecidos. "En principio, el movimiento semántico del graffiti pretende el impacto ciudadano, busca chocar al espectador-observador, respecto a aquello que los otros circuitos de comunicación 'oficial' lo tienen cautivado; por esto: el registro de enunciación graffiti se propone como descautiverio de la ideología dominante."²³

Existe una razón administradora cuyo objetivo es que la ciudad sea recuperada y habitada según una visión de autoridad y algún tipo de lógica y orden. Pero el uso cotidiano de la ciudad real, junto con los imaginarios de sus habitantes, anula esa intención organizadora, rompe el paradigma de la autoridad, e inventa nuevos usos y significados para los espacios existentes.

La pared ya no delimita la propiedad privada, ahora anuncia mensajes de cientos o miles de ciudadanos-transeúntes que se han apropiado, figurativamente, de aquella pared y le han cambiado el significado.

²² Ibíd., p.20

²³ Armando Silva (1987), Op. Cit., p.70

*Si esta pared es el límite de su propiedad, déjenos decorar sus limitaciones.*²⁴

Los graffiti aparecen para ser contemplados, leídos, borrados, manchados, alabados o silenciados. Los habitantes que recorren en muchos de ellos sus saberes literarios los admiran y saludan; otros se horrorizan por la bajeza y precariedad de una escritura sucia. Objeto de risa y de deseo, generador de otros textos que lo comentan, lo celebran o lo rechazan, el graffiti es pretexto para otras escrituras. El festín visual del graffiti se levanta para ser admirado sobre diversas superficies de la ciudad como espacios cargados de sentido que hacen posibles perspectivas diferentes para visualizar el acontecer urbano.²⁵

I. -IX LAS SIETE VALENCIAS DEL GRAFFITI

Existen elementos inherentes al código del graffiti que organizan y distribuyen su saber²⁶, denominados "valencias" por Silva. Son siete características definidas que encompasan los diferentes aspectos de esta escritura urbana. Son:

1. marginalidad
2. anonimato
3. espontaneidad
4. escenicidad
5. velocidad
6. precariedad
7. fugacidad

Una muestra graffiti puede manifestar estas siete valencias combinadas, o solo puede tener algunas. Pero todas, así sea una a la vez, estarán presentes. Estas características son inherentes al código graffiti y siempre se manifestarán en combinaciones o de manera individual en cualquier muestra graffiti.

A continuación puntualizaremos cada una de las siete valencias del graffiti. El fenómeno de escritura urbana llamada graffiti tiene la característica de la

²⁴ Alex Ron, Quito: una ciudad de graffitis, Quito, Editorial el Conejo, 2007, p. 12

²⁵ Alicia Ortega, Op. Cit., p.42

²⁶ Armando Silva (1987), Op. Cit., p.34

marginalidad porque expone mensajes que no tienen acogida en los medios tradicionales, los *mass media*. Es portador del mensaje segregado, huérfano de un mecanismo tradicional de expresión y propagación.

La segunda valencia, el anonimato, está presente en el graffiti aunque éste se presente con una firma de autoría porque aquella firma no es más que una máscara que oculta la real identidad del autor/sujeto de enunciación. Las superficies urbanas no suelen portar mensajes socialmente aceptados, por lo que es muy extraño que uno de estos lleve datos reales de autoría que puedan identificar efectivamente a su autor.

El deseo de expresarse que tiene el autor y que lo incita a actuar, de manera imprevista o planificada, se convierte en una motivación espontánea al aprovechar el momento de ejecución del mensaje-graffiti. Al ser una acción socialmente prohibida, es extraño que la ejecución de un graffiti se haga a la luz del día o con la tranquilidad y tiempo que cualquier otra ejecución expresiva socialmente permitida requiere. El aprovechamiento del momento de ejecución de un graffiti será siempre espontáneo.

La valencia de la escenicidad hace referencia a la puesta en escena del graffiti. Esto se refiere al lugar escogido para su ejecución, el diseño y colores utilizados. Esta ambientación es parte fundamental de esta escritura urbana.

Al ser el graffiti un objeto escénico por ser algo que se muestra y por ende, al momento de su concepción se asume que tendrá un público, una vía de transmisión de su mensaje, a través del "espacio espectador"²⁷. Bardavio se refiere a este espacio como lugar donde hay una suerte de planificación que "cobija, arropa y envuelve la acción teatral".²⁸ Este escenario teatral, aquella representación figurativa de una realidad urbana, es la ciudad misma. El autor del mensaje-graffiti busca expresar y representar la tragedia, comedia o romance que lo lleva a romper el orden social al escenificar su mensaje.

La ejecución del graffiti debe ser breve, por su naturaleza indebida y transgresora. El lugar escogido puede adicionalmente ser vigilado, lo que hace que el

²⁷ José María Bardavio, *La versatilidad del signo*, Madrid, Alberto Corazón Editor, 1975, p. 99

²⁸ *Ibíd.*, p. 99

autor del graffiti se demore lo menos posible. El graffiti es una escritura en acción. Su autor debe combinar el pensamiento con el movimiento. Lo que este vaya a plasmar en alguna superficie citadina es, en efecto, escritura, y por ello implica la relación y representación de conceptos por medio de signos convencionales (unos más que otros), además de combinar esto con la noción física de la acción: debe organizarse y planificar la ejecución de su escritura, contando con tiempo limitado para hacerlo, y estando presto para escapar y desaparecer en instantes.

En cuanto a la característica de la precariedad del graffiti, se puede decir que es por motivo de los instrumentos empleados en su ejecución. Suelen ser de bajo costo, fáciles de transportar y de fácil adquisición. Adicionalmente, existe una condición de precariedad en la ejecución, ya que el sujeto de enunciación pocas veces es diestro y tiene refinada técnica en la pintura mural.

Por último está la valencia de la fugacidad, única característica de las siete que es externa al autor del graffiti. El mensaje puede ser borrado o eliminado tan solo instantes después de haber sido creado.

Brassaï reconoce esta brevedad de la vida del graffiti cuando dice, “el arte bastardo de las calles, de mala fama, que acaso no llega a despertar nuestra curiosidad, tan efímero como la intemperie, y al que una capa de pintura borra, se convierte en un criterio de valor. Su ley es formal, e invierte todos los cánones laboriosamente establecidos de la estética”²⁹.

En efecto, las siete valencias del graffiti, ya definidas, son motivadas por siete causas sociales, llamadas "imperativos". Cada valencia corresponde a una de estas exigencias inexcusables, y de la misma forma, los imperativos interactúan como conjunto y puede existir la predominancia de uno o algunos sobre los demás. Estas causas motivacionales de las características del graffiti son el comunicacional, el ideológico, el psicológico, el estético, el económico, el instrumental y el social. Estas

²⁹ Brassaï, *Minotaure*, N° 3-4, diciembre 1933 pp. 6-7, citado en: *Brassaï, de la pared de las cuevas a la pared de las fábricas*, Círculo de Bellas Artes, Madrid, 2008, p. 36, edición en línea: <<http://www.scribd.com/doc/12696073/Brassai-Graffiti>>

siete causas conforman los requerimientos que originan al graffiti como proceso comunicacional bien definido.

Las tres primeras causas son abstractas e imperantes pre-operativos (se dan o acontecen antes de la acción comunicativa). Por otro lado, en los siguientes tres imperativos ya interviene una operación material –lo económico e instrumental. El imperativo estético se basa en un aprovechamiento de las circunstancias presentes al momento de la ejecución del graffiti; circunstancias muchas veces imprevisibles.

El imperativo social y su valencia correspondiente (fugaz), "representa por sí mismo la marca fundamental del graffiti"³⁰: la sociedad origina el graffiti y lo controla. Esta característica condiciona la comunicación graffiti a una experiencia articulada que se hace y deshace acorde a los vaivenes de la permanente construcción y deconstrucción urbana (tanto real como imaginada).

Desde la óptica de la semiología, se puede avizorar al graffiti como un signo. "Un signo es un estímulo –es decir, una sustancia sensible cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación."³¹

Es conocido que Charles Sanders Peirce, semiólogo inglés, tenía una marcada tendencia a proponer clasificaciones o análisis tricotómicos, incluso hasta llegar a autonominarse un *triadomaníaco*.³² La compleja relación con lo tripartito de Peirce es tal, que una de las estaciones de triangulación del *Coast and Geodesic Survey* en las que trabajó ahora se llama "C.S. Peirce Station".

Según nuestro triadomaníaco, existe una división tripartita paradigmática del signo, tricotomía que se aplica a la lectura de graffiti. Peirce distingue al signo en tres modalidades: el símbolo, que ya, por su uso, tiene una significación propia independiente de su referente original; el índice, que funciona como marca de

³⁰ Silva (1987), Op. Cit., p. 41

³¹ Pierre Guiraud, *La semiología*, México D.F., Siglo Veintiuno Editores, 1986, p. 33

³² Umberto Eco, Thomas Sebeok, *El signo de los tres*, Barcelona, Editorial Lumen, 1989, p. 22

registro de un acontecimiento, de lo referido; y el icono, que transmite ideas de lo representado al imitarlo.

CAPÍTULO II-

QUITO, SU IMAGINARIO Y EL GRAFFITI

Existen algunas características de la ciudad de Quito que configuran su imaginario urbano propio y el de sus habitantes. Los elementos más importantes característicos de esta ciudad definen la concepción que sus habitantes tienen de ella y también determinan el comportamiento de estos. Estos mismos elementos se manifiestan, a través del uso e interpretación de la concepción imaginada de los quiteños, en mecanismos expresivos urbanos como el graffiti. Es más, se puede aseverar que casi la totalidad de los graffitis presentes en ciudad se originan en esta concepción imaginada de la urbe.

II. I- LA CIUDAD POLÍTICA Y SU FORMALIDAD

Quito es la capital del Ecuador y por esto es una ciudad política y politizada. El acontecer político de la nación tiene como eje focal la ciudad de Quito. Es en sus estrechas calles donde yacen los ministerios, cortes y fiscalías. Quito es la sede de los diferentes poderes del estado ecuatoriano, y esto afecta activamente la concepción imaginada que los quiteños tienen de su ciudad.

En Quito está el poder político establecido del país, en esta capital donde ocurren las marchas y protestas en apoyo y en detrimento de este poder, y en esta misma ciudad se han derrocado presidentes y tumbado regímenes. Como resultado de estas realidades empíricas, el imaginario ciudadano es afectado.

Al haber sido Audiencia Real en tiempos de dominio continental español, Quito se fue convirtiendo en una ciudad formal y esta formalidad fue ocupando un lugar en la mentalidad de sus ciudadanos. Es común ver, en parte gracias a este bagaje histórico de la ciudad, y en parte a causa de la realidad de actualidad quiteña, a sus habitantes siempre elegantes o formales. Un ejemplo de como esta formalidad es parte intrínseca del imaginario quiteño se ve en los hombres y mujeres de tercera edad que se reúnen en la Plaza Grande del centro histórico; siempre lucen trajes,

chalecos y corbatas que van acorde con la formalidad de cualquier cargo, oficina o corte formal.

Quito es una ciudad, por tradición histórica, de conservadores y beatas. Si revisamos la historia del Ecuador, notaremos que la capital ha sido bastión del movimiento conservador ecuatoriano, tendencia que siempre ha tenido una estrecha relación con la iglesia católica y la religiosidad en nuestro país.

II. II- LA RELIGIOSIDAD EN QUITO

Esta prominencia y predominio de la religión en el imaginario quiteño, desde su época Colonial y Republicana hasta la actual, se ilustra concretamente en la cantidad de templos católicos en el centro histórico de la ciudad. La cantidad de iglesias *per cápita* en el Quito antiguo es sin duda uno de las más altos de América para la población de ese entonces.

El barroco, a través de la Contrarreforma de la Iglesia católica, estrategia de combate ideológico y pragmático contra el creciente movimiento protestante, tuvo una fuerte acogida en Quito en su época. No solo se cultivó el arte barroco en la escuela de arte de Quito, sino sus prácticas de grandilocuencia y pomposidad se enraizaron y permanecen ahí hasta la actualidad en la mentalidad de Quito y sus habitantes.

II. III- CURIOSIDADES DE LAS CIUDADES ANDINAS Y EL SÍNDROME CHULLA ROMERO Y FLORES

Existen idiosincrasias específicas en la forma de ser de los habitantes de ciudades de altura, en este caso, las ciudades andinas como Quito, Riobamba, Cuenca o incluso La Paz. Si se compara el comportamiento y la forma de ser de un Quiteño con alguna persona de la costa del mismo territorio nacional, se notarán grandes diferencias. El quiteño suele ser más callado, reservado, tímido e introvertido. Estas observaciones son aplicadas a manera de generalizaciones que

describen el comportamiento de habitantes de la sierra *versus* el del habitante promedio de la costa.

Se dice que porque Quito está completamente rodeada de montañas, y por esto no tiene vista del horizonte por lado alguno, los quiteños son cerrados y tienen dificultad de proyectarse. Este es un análisis curioso que puede o no tener cabida en la realidad, pero de todas formas es una teoría interesante sobre el porqué de la forma de ser del quiteño, y en relación, la concepción del imaginario de su ciudad.

Es común en la mentalidad quiteña aquella actitud de aparentar lo que se tiene, e incluso, lo que no. Luís Alfonso Romero y Flores es protagonista de la novela *El chulla Romero y Flores*, obra literaria de gran importancia para Quito y el Ecuador. Este texto, escrito por Jorge Icaza en 1938, caracteriza a Luis Alfonso como una persona que tiende a negar su lado humilde y pobre, y resalta una ilusión de linaje, riqueza y refinamiento. Se puede interpretar a *El chulla Romero y Flores* como una crítica a la forma de ser del quiteño, una representación de la mentalidad quiteña en el personaje principal.

La palabra chulla proviene del quichua *ch'ulla*, que quiere decir impar, y según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, es un adjetivo que representa un objeto que se queda solo y que se usa en número par.

En la nota preliminar de la novela en mención, Manuel Corrales Pascual dice:

Chulla es casi siempre un mestizo que ... vive desgarrado entre las dos tendencias vitales heredadas de sus antepasados... De suerte que jamás se integra realmente a medio alguno, y cuando logra "adaptarse" a cualquiera de ellos, nunca es el "suyo", lo hace con un comportamiento por demás indigno: adoptando la actitud de peón de hacienda con los grandes señores, o la de gamonal con los ambientes populares.³³

Luis Alfonso Romero y Flores resalta su apellido compuesto, de aparente linaje español mientras que se avergüenza de su madre indígena de procedencia humilde. Lleva el periódico bajo su brazo, no porque tenga un deseo de leerlo, sino

³³ Agustín Cueva, *Jorge Icaza*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1968, p. 518, citado por Manuel Corrales Pascual, Nota Preliminar de *El chulla Romero y Flores*, Quito, Libresa, 2005, p. 10

para aparentar ser una persona bien informada e inteligente. Los ejemplos de esta peculiar forma de ser del chulla Romero y Flores son extensas a lo largo de la narración.

Basándonos en este texto y en la concepción del personaje central, denominaremos algo llamado el "Síndrome Chulla Romero y Flores", sintomatología presente, de una forma u otra, en el imaginario colectivo quiteño.

La característica del chulla Romero y Flores de negar su lado humilde, "impuro" y sin linaje es compartida generalmente por el chulla quiteño real. Luis Alfonso Romero y Flores es mestizo, fruto de las relaciones entre Miguel Romero y Flores, aristócrata en quiebra y una indígena que servía en la casa de este. "El chulla se avergüenza de su sangre india, y se aferra entre otras cosas a su doble apellido que le otorga pretendida hidalguía de sangre española"³⁴.

En Quito y en otras ciudades serranas del continente, ser llamado "indio" es considerado un insulto, y de la misma manera, el quichuismo *longo* (de denotación quichua: "joven", pero con connotación castellana de "indio") es utilizada como insulto por la elite blanco-mestiza quiteña y, contradictoriamente, también por los sectores populares donde suele haber un mayor mestizaje o presencia del antecedente indígena.

II. IV- LA SEGREGACIÓN Y LO EXCLUSIVO

Al ser Quito una ciudad de disyunción, y como resultado de su topografía, se convirtió en una ciudad, en efecto, polarizada. A causa de oleadas de inmigraciones de campesinos e indígenas a la gran ciudad, la clase trabajadora de obreros y artesanos se creó, estrato popular tradicionalmente considerada *clase baja*. El espacio físico que llegaron a habitar estos inmigrantes trabajadores fue el sur de la ciudad,

³⁴ "El Chulla Romero y Flores." Wikipedia, La enciclopedia libre. 6 nov 2010, en línea: <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=El_Chulla_Romero_y_Flores&oldid=41579064>, fecha de acceso: 7/9/2010.

ante la ocupación del centro urbano por parte de las clases dominantes, en el siglo XX, desde los años 70.

Físicamente, Quito es una larga y estrecha ciudad que está bifurcada en dos por la loma del Panecillo y la enorme Virgen que habita ahí (elemento representativo de la religiosidad antes mencionada en el imaginario quiteño) –a sus pies, el centro: la historia y la tradición de la ciudad; hacia su alta y orgullosa mirada, el norte: lo moderno y el futuro; a las espaldas de la virgen quiteña, y también a las espaldas de la concepción imaginada de la ciudad, el sur.

Decir que el sur de Quito no existe o que los habitantes del Quito imaginado (léase Quito centro-Quito norte) reconozcan al lado sur de su ciudad como asentamiento distinto y diferentemente concebido (si siquiera lo llegan a concebir), es evidencia de aquella mentalidad que niega las raíces indígenas y pobres, propias de esta ciudad y sus habitantes. En otras palabras, es así de simple: el sur de Quito no existe en el imaginario urbano de la ciudad del norte o en las elites.

"Quito es una ciudad austera y reflexiva. No tiene espíritu parrandero [...] pero en el interior de sus habitantes hay un don especial para el sarcasmo y la ironía. Los cachos que inventa el quiteño, todo el país los sabe"³⁵. Esta habilidad innata cómica/sarcástica del quiteño se apuntala como factor fundamental de la generación y creación de graffiti en Quito, y suele ser llamada la sal quiteña.

Al margen de las características del imaginario urbano capitalino arriba descritas, existe la concepción de otro Quito, uno minoritario y vislumbrado de manera distinta, en el que el graffiti y la apropiación del espacio urbano y su reinterpretación de uso es un mecanismo válido de hacerse ver y escuchar. Las características referidas del imaginario quiteño juegan una función preponderante en la generación y temática de los graffiti que aparecen en las paredes y muros de la capital.

³⁵ Patricio Falconí, Censura de prensa y libertad de graffiti. Quito, 1992. p. 25

A continuación abordaremos un análisis interpretativo, pragmático y específico sobre fenómeno graffiti en la ciudad de Quito. Como base para la siguiente exploración utilizaremos un registro fotográfico y escrito de graffitis en la ciudad, realizado desde noviembre del 2006 hasta mayo del 2010, en el sector centro-norte (aproximadamente entre la avenida Patria en el sur hasta el aeropuerto al norte), espacio residencial y comercial de la capital.

II. V- EL GRAFFITI EN QUITO

Al ser la ciudad de Quito un lugar donde ocurren diversos acontecimientos reales (sean culturales, políticos, económicos), es, entonces, también escenario de efectos imaginarios correspondientes. Como vimos anteriormente, la configuración de esta ciudad como eje político nacional ha creado un efecto consecuente en el imaginario de la ciudad, que se ve reflejado en su graffiti.

Recordemos al graffiti como una válvula de escape del ciudadano –una suerte de catarsis social que le permite al anónimo quiteño expresar lo que no puede por otros medios. Pero antes de entrar en un análisis interpretativo del fenómeno en la ciudad de Quito, parece conveniente intentar clasificar al graffiti según algún tipo de lógica.

Para esta disertación es pertinente dividir al graffiti quiteño en cuatro categorías generales, las cuales hemos clasificado de la siguiente manera:

1. Graffiti político: la escritura urbana cuya temática se basa en el acontecer político nacional o internacional.
2. Graffiti de comentario social: es un comentario sobre temas sociales o críticas a cómo está conformada la sociedad.
3. Graffiti romántico: aquel texto que suele utilizar el lenguaje poético o figurativo para expresar sentimientos de afecto, admiración o amor.
4. Graffiti lúdico: texto urbano cuyo propósito es causar un efecto humorístico en el lector.

Al igual que las siete valencias de Silva, una muestra graffiti podrá ser encasillado en más de una categoría (habrán graffitis políticos que también son humorísticos, por ejemplo), pero siempre habrá una categoría preponderante, la que tomaremos en cuenta para clasificar la muestra.

Breves ejemplos de graffitis quiteños de cada categoría:

1. Graffiti político - "si los políticos dicen ser padres de la patria, el pueblo se declara huérfano"
2. Graffiti de comentario social - "estamos hartas del macho man"
3. Graffiti romántico - "Te iba a mandar un mensaje por Internet, pero se me cruzó esta pared"
4. Graffiti lúdico - "Habemus Papa... Hagamus Locro"

Recapitulando lo visto en el primer capítulo del presente trabajo, todo graffiti, sin importar en qué categoría esté (político, comentario social, romántico, lúdico), cumplirá, también, con una o alguna de las siete valencias definidas por Amando Silva, reiterando que las siete valencias estarán presentes en toda muestra graffiti. En otras palabras, los conceptos de las siete valencias del graffiti se complementan con las categorías graffiti establecidas para el presente trabajo.

Entonces, aspectos del imaginario urbano de Quito configuran la temática y el estilo de los graffitis de la ciudad. Características de la ciudad de Quito, procesados por los imaginarios de sus ciudadanos, son expresados en la cosmovisión graffiti de la ciudad.

El graffiti no es más que la expresión de una interpretación de la realidad, de la vida citadina, puesta en marcha a través de un imaginario individual y colectivo endémico a la ciudad habitada.

Parte del imaginario urbano de una ciudad está constituido por relatos literarios y musicales de la misma. Un ejemplo de la reinterpretación de un patrimonio cultural quiteño en un graffiti es:

Mi Quito tiene un sol grande y las veredas hechas mierda³⁶

Este graffiti combina parte de la letra del tradicional pasacalle "Romántico Quito mío" con una realidad de las calles de la ciudad, mirada desde el punto de vista del transeúnte.

El sujeto de enunciación apela a estos elementos, además de conceptos éticos, como la igualdad, la justicia o la verdad, para legitimar su discurso, convirtiéndolo en una suerte de prédica utópica o análisis crítico de la vida en Quito.

En resumen, vale decir que el graffiti puede tener un trasfondo ético y moral expresado vía este mecanismo no tradicional ante el desencanto con la vida.

II. VI- TRES SITUACIONES DE COEXISTENCIA EPISTEMOLÓGICA

Armando Silva señala que grandes pensadores como Peirce, Freud o Lacan han dividido la lógica cognitiva en tres instancias interrelacionadas. Estas situaciones de coexistencia epistémica son:

1. El objeto representado solo existe en la realidad empírica.
2. El objeto representado existe solo en el imaginario urbano.
3. Coincide la percepción imaginaria con la realidad empírica.

Como se sabe tanto la semiótica de Peirce como el psicoanálisis freudiano y luego los pos-freudianos como en las publicaciones de J. Lacan o A. Miller conciben su *epistème* cognitivo en tres instancias interrelacionadas donde lo primero, la potencialidad, construye un segundo sobre el objeto y este un tercero donde se expresa la realidad, sus simbolizaciones. Así que la ciudad como potencialidad ciudadana es realizada por sus ciudadanos en distintas simbolizaciones³⁷.

³⁶ Graffiti documentado en el sector de Iñaquito, Quito, agosto, 2008.

³⁷ Lylia Albuquerque, Entrevista a "Armando Silva", Imaginarios Urbanos, nov 7 2007, en línea: <<http://www.imaginariosurbanos.com.ar/entrevistaSilva.pdf>>, fecha de acceso: 21/4/2010.

Usaremos estas instancias del *epistème* cognitivo para analizar y ejemplificar características del imaginario urbano de Quito.

1. El objeto representado solo existe en la realidad empírica.

Como ejemplo de la primera coexistencia epistémica aplicada a Quito, donde el objeto representado existe únicamente en la realidad mas no en el imaginario, tenemos el sur de Quito. Este se puede relacionar con lo mencionado anteriormente con el Síndrome Chulla Romero y Flores, donde el individuo y la sociedad busca suprimir el antecedente humilde, pobre o indio. El sur de Quito, históricamente constituido por inmigrantes campesinos, es el lugar de residencia de la clase obrera de la ciudad.

No es secreto que el quiteño promedio vislumbra el territorio de su ciudad desde el centro histórico hacia el norte, ignorando así la gran extensión citadina que ocupa el sur. Una coincidencia simbólica ejemplifica la inexistencia de sur de Quito en el imaginario urbano. La Virgen legardiana, símbolo de Quito, enorme estatua erguida en la loma del Panecillo, visible desde prácticamente cualquier punto de la ciudad, le da las espaldas al sur. Resulta curioso que la misma representación monumental de Quito le da la espalda a su lado negado y del que tiene vergüenza -lo pobre e indígena.

2. El objeto representado existe solo en el imaginario urbano.

El ejemplo tal vez más predominante del imaginario urbano quiteño de la segunda interrelación epistemológica, donde el objeto representado existe únicamente en el imaginario urbano y no en la realidad empírica, es la supuesta españolidad de la ciudad.

Al igual que la mayoría de capitales de otros países de nuestro continente, Quito fue un asentamiento histórico e importante para los conquistadores y la colonia española. Pero los españoles vinieron al nuevo mundo a hacer precisamente eso, conquistar –apoderarse de lo que ya existía y tenía dueño. Quito era ya en ese entonces, antes del arribo del español Sebastián de Benalcázar, su fundador ibérico,

una gran e importante ciudad. El inca Huayna Capac había dejado la parte norte de su imperio en manos de su hijo favorito, Atahualpa, y ciudad principal de esta importante región fue la Quito (o Kitu) que después los españoles capturarían.

A partir de mediados del siglo XX se celebra la fundación española de la ciudad, que data al 6 de diciembre de 1534. Interesante resulta, pues, que se festeje únicamente la fundación eurocéntrica de la ciudad, y se ignore el hecho de que la misma existía mucho antes, establecida por sus aborígenes habitantes (esto de privilegiar lo europeo sobre lo indígena se relaciona con el Síndrome Chulla Romero y Flores). Durante la alcaldía de Jacinto Jijón y Camañaño, notable figura de la quiteñidad y miembro de la única casa nobiliaria del Ecuador (chulla quiteño con apellido noble), se comenzó a celebrar formalmente la fundación española de San Francisco de Quito, nombre españolizado de esta anteriormente indígena ciudad. Como parte de la conmemoración de la fundación española de Quito, también se celebra eventos culturales antes ajenos, como las corridas de toros, bailes flamencos, entre otras expresiones culturales normalmente foráneas a la ciudad.

La idea de la raíz hispanista cobró fuerza en la primera mitad del siglo XX, tal como lo señala el ensayista Manuel Espinosa. "En esos años, con Jacinto Jijón y Caamaño a la cabeza, van a inventarse el Quito español. Se dice que el origen de la ecuatorianidad es española, que no tiene nada que ver con lo indio, porque es España quien trae la religión católica, el español, la civilización"³⁸.

Es a finales de año, cuando llegan las Fiestas de Quito, celebración creada para resaltar esta supuesta raíz española de la ciudad, que en el imaginario urbano de la urbe repentinamente toma fuerza esta idea anteriormente inexistente. Costumbres comúnmente foráneas al Ecuador y Quito se afianzan –tomar vino o sangría en bota española, asistir a la feria taurina Jesús del Gran Poder, e incluso hablar con acento español. Es en estas fechas que sale a flote claramente la segunda relación entre objeto imaginado y realidad empírica, donde el primero existe y el segundo no: la españolidad de Quito existe en el imaginario de sus habitantes, mas no en la realidad.

Todo comienza con la intervención europea en América hace unos 500 años y interviniendo nuestras culturas transformando sus patrones culturales, cambiando tanto su campus como así mismo su *habitus* limitando hasta su

³⁸ Redacción Quito, "Quito es más andina que hispánica", El Comercio, Sección Quito, 6 agosto 2007, p. 17

cosmovisión exquisita en contenido y forma. Cabe destacar que todo el trabajo colonizador dejó huellas inconmensurables hasta nuestros días...³⁹.

3. Coincide la percepción imaginaria con la realidad empírica.

La tercera forma de interrelación, donde el objeto representado existe en la realidad empírica comprobable y en el uso social también, se ilustra fácilmente en torno a la realidad política de la ciudad. Se conoce en el imaginario quiteño que la ciudad es eje político –esto se ve en las paredes y calles de la ciudad, donde los graffitis políticos proliferan- y en efecto es así.

La sociedad quiteña ha interiorizado y se ha proliferado tanto esta creencia imaginaria, que ha llegado a empatarse con la realidad. No es secreto alguno que los diferentes levantamientos populares en Quito han afectado a la política nacional de tal forma que hasta ha llegado a sacar a un presidente del poder. El ciudadano quiteño sabe que tiene un poder político que no existe en otra ciudad del país, y cuando siente que es necesario, puede llegar a actuar con el resto de quiteños en base a esa creencia social y afectar a la realidad, empatando así, lo representado en el imaginario urbano con la realidad.

Estos tres tipos de interpretaciones de la urbe por parte de sus habitantes y usuarios componen la concepción imaginada de su territorio. El Quito empírico, real y palpable se combina con el Quito imaginado y es a raíz de esta combinación e interpretación que el ciudadano actúa, se relaciona y habita su ciudad.

³⁹ Cristian Valacina, García Canclini, Culturas Híbridas, descargado de Internet, <<http://metodosytecnicas.files.wordpress.com/2009/08/culturas-hibridas.pdf>> fecha de acceso: 9/9/2009, p. 1

II. VII- LAS SIETE VALENCIAS DEL GRAFFITI ILUSTRADAS EN QUITO

En el primer capítulo de la presente disertación mencionamos las siete características inherentes al código graffiti, señaladas por Silva, y acogidas para este estudio por la coherencia de su propuesta. Todo graffiti, el quiteño incluido, debe cumplir con por lo menos una de las siguiente siete valencias, y a continuación lo ejemplificaremos.

1. Marginalidad:




"porqueno.tk" es la dirección de una página web, autodenominada "medio de comunicación no gubernamental", que mantiene un discurso claramente opositor al oficial. Las posturas y puntos de vistas expuestos en la página mencionada son claramente marginales. Por su clara acusación y deliberada oposición al gobierno, estos mensajes no podrían ser acogidos en un medio de comunicación habitual. La marginalidad se evidencia en que este graffiti es utilizado como un medio de propagación de un mensaje segregado.

2. Anonimato:

Es muy fácil ilustrar la valencia del anonimato dentro del graffiti, puesto que la mayoría de los autores de estos mensajes urbanos buscan ocultar su verdadera identidad. Aún si firme sus graffitis, el sujeto enunciador usa algún tipo de seudónimo que oculta su verdadera identidad.



La rúbrica de este ejemplo,  (una V dentro de un círculo), es tomada de un cómic de ciencia ficción titulado *V de vendetta*, escrito por el británico Alan Moore, o a su vez, de la aún más conocida película del mismo nombre, basada en el mencionado cómic.

El personaje dentro del cómic representado por este símbolo V es una suerte de anarquista enmascarado que busca eliminar la cúpula del partido fascista cuya dictadura lidera la Gran Bretaña de un futuro post-apocalíptico. Al ser V un personaje revolucionario, su mensaje disidente empata de cierta forma con el de este ejemplo.

La firma de este graffiti no busca identificar una autoría específica, su intención más bien es de enmascararla y trascender el graffiti a un nuevo nivel de significación simbólica (concepto que estudiaremos más adelante).

3. Espontaneidad:

El deseo de expresarse mezclado con la oportunidad imprevista de hacerlo mediante un graffiti genera representaciones como la siguiente:



"¡APOYA A TU VÁNDALO LOCAL!"

Una característica predominante de este ejemplo de graffiti quiteño es la espontaneidad, lo repentino que aparentarían ser sus escritos. El mensaje de esta muestra expone una absoluta falta de premeditación para la realización de este mensaje-graffiti, casi como una suerte de broma, aprovechando la coyuntura que hubiere permitido al autor efectuar su pintada.

4. Escenicidad

El lugar escogido para el graffiti, su puesta en escena, diseño y colores son parte de su escenicidad, cuarta valencia del graffiti. La ubicación de un graffiti puede tener bastante o tanta ingerencia en el efecto comunicativo como el contenido de su mensaje. Veamos dos ejemplos:

Ejemplo 1



A no ser que esta muestra cumple con la valencia de escenicidad, el graffiti "PUCElanimes", carecería de absoluto significado.

Este graffiti, ubicado en el muro de la entrada principal de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, establece su mensaje basándose en la sigla creada por el grafema inicial de los términos principales del nombre de esta universidad, "PUCE".

La broma es aparente, dentro del contexto establecido por la apropiada escenicidad de este graffiti, porque se comprende el mensaje. El autor de este graffiti está, de manera bastante creativa, describiendo a los estudiantes de la PUCE como pusilánimes, o cobardes, aprovechándose de la similitud fonética entre la sigla y la palabra aludida.



Entonces, si no fuera por la acertada ubicación de este graffiti –la puesta en escena-, seguramente su mensaje carecería de sentido, y definitivamente estaría desprovisto del efecto lúdico causado por el atrevimiento de plasmar tal escrito en aquel lugar.

Ejemplo 2.



La importancia de la escenicidad de esta muestra no se basa de su ubicación geográfica dentro de la ciudad, sino de los colores escogidos para la elaboración y la forma de ejecución del mensaje.

Este graffiti expresa un mensaje de una supuesta locutora, "Ximenita", a "Lucio". Con tan solo los leer nombres de estos personajes, cualquier persona que esté al tanto del acontecer político actual ecuatoriano conocerá inmediatamente de quién se trata, el ex presidente Lucio Gutiérrez y su esposa, Ximena Bohórquez.

La alusión política de este graffiti se da en dos niveles:

1. El mensaje graffiti ha creado un acróstico con las siglas del partido político liderado por Lucio Gutiérrez (sujeto a quien está dirigido el mensaje escrito), modificando así su significado original por la acepción satírica de este graffiti.
2. Las primeras letras del acróstico tienen el color y orden de la bandera del mencionado partido.

Las menciones de "Ximenita" y "Lucio" no tienen la sutileza de lo anteriormente visto, y pueden ser considerados innecesarios, puesto que sin su presencia aún se entendería a cabalidad el mensaje.

5. Velocidad



"CREO MISERIA PARA DARTE LIMOSNA. F: Avarito"

Este graffiti apareció en una pared de Quito en la época de la penúltima elección presidencial ecuatoriana (2006), donde pugnaba el millonario empresario Álvaro Noboa, referido en el mensaje.

Todo indica que este graffiti fue terminado al tercer intento. La diferencia de colores en sus letras (rosado, verde y azul), hace pensar que el autor fue interrumpido al momento de ejecución y no pudo culminar su ejecución. Se puede especular que lo logró al tercer intento (por la diferencia de colores y la falta de intención estética o comunicativa en la variación de color de pintura).

La característica de la velocidad suele estar siempre presente en el graffiti, puesto que al ser una actividad prohibida, su ejecución debe durar lo menos posible para evitar cualquier tipo de problemas, y si algún tipo de autoridad se percata de su elaboración, lo más seguro es que el autor del graffiti huya, salvaguardando su integridad física.

6. Precariedad



"La religión es el opio de los pueblos"

Esta famosa frase de Karl Marx, escrita con marcador en una pared en las cercanías de una universidad ilustra claramente la característica de precariedad del graffiti. El instrumento utilizado para la realización de este graffiti es, como ya vimos, un marcador -utensilio de fácil adquisición y de bajo costo.

La mayoría de graffitis son hechos con pintura en aerosol. Esta herramienta también es de bajo costo y de fácil adquisición.

Las herramientas necesarias para la creación de un graffiti no requieren ser sofisticadas y caras. Antes, los graffitis se hacían con brocha y aún antes de esto, con carbón sobre las paredes blancas.

7. Fugacidad

Como vimos en el primer capítulo, la única característica externa al autor y al graffiti en sí es la fugacidad del mismo.



Aquí tenemos otro acróstico, pero lo que concierne esta característica de fugacidad del graffiti es lo que está por detrás. Se nota que antes de "NOBOA" existía algún graffiti que fue tapado por pintura blanca.

Un graffiti es vulnerable a ser cubierto, modificado o destruido tan solo instantes luego de su finalización. Por esto nunca se puede saber qué tiempo de vida tendrá una pintada urbana de este tipo.

II. VIII- LA TRICOTOMÍA DE PEIRCE EN EL GRAFFITI QUITAÑO

Como vimos en el capítulo anterior, Charles Sanders Peirce, *triadomaníaco*, estableció un sistema de relación tripartita entre un signo y su significante. Este importante semiólogo dijo que hay tres formas de signos: el símbolo, que ya se sostiene por sí mismo sin la ayuda del significante; el índice, que es una marca de registro de un acontecimiento, así como un cráter en la luna es un índice de que un meteorito se estrelló ahí; y el icono, que establece su relación con el significante al imitarlo.

La representación simbólica es la más independiente de los tres sistemas de relación. Así como la cruz en la cristiandad inicialmente en sí no significaba algo concreto, ahora, por su simbología adquirida históricamente, completa el circuito de entendimiento semántico por sí misma sin la necesidad de mencionar el cristianismo directamente.

Existen ejemplos claros en el graffiti quiteño que ilustran el uso de símbolos, tal como la A dentro de un círculo, que representa la anarquía y que adicionalmente se complementa con el hecho de que el graffiti en sí es un acto anárquico, pero prefiero utilizar otro ejemplo para ilustrar el uso simbólico del graffiti en Quito, que adicionalmente se relaciona con lo que ya discutimos –la segunda interrelación epistemológica en Quito (que curiosamente, de por sí tiene toques del Síndrome Chulla Romero y Flores).

La tricotomía de Peirce en el graffiti quiteño: El símbolo



Este graffiti cae dentro de nuestra clasificación en el segundo grupo, el de graffiti de comentario social. Es un estarcido, conocido en el medio graffitero como *stencil* (su nombre en inglés), creado mediante el uso de una plantilla recortada a la que se le aplica pintura. La simbología presente en este graffiti es doble, por la presencia de dos elementos simbólicos distintos.

El primer y más obvio símbolo es la cruz, erguida en una loma, símbolo de la cristiandad y también de la religiosidad quiteña. El segundo símbolo es el toro, que ocupa el lugar semántico de la tauromaquia, espectáculo taurino que sucede a finales de cada año, durante las celebraciones de la fundación española de la ciudad.

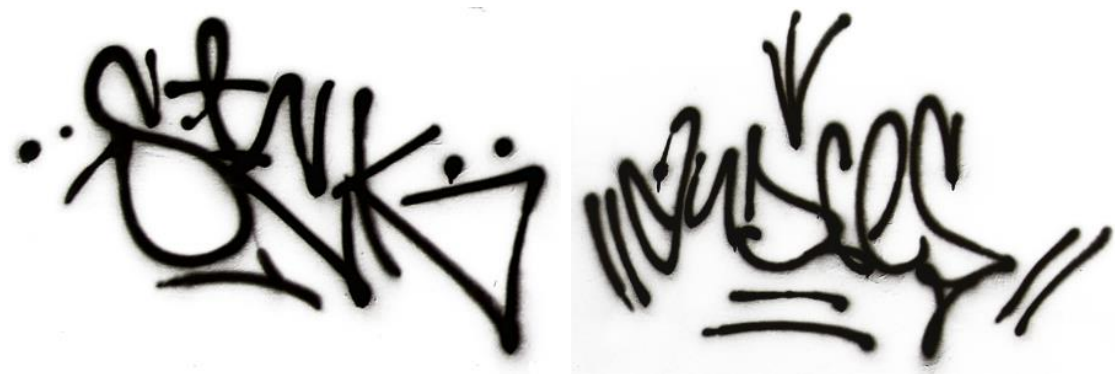
Al ver cualquiera de estas imágenes, el interpretante quiteño (lector del graffiti), entiende inmediatamente que la temática de esta pieza es sobre la religiosidad y la fiesta taurina Jesús del Gran Poder. El resultado de la conjunción de estos elementos tan distintos y nunca antes combinados es un comentario social, una crítica a la fiesta taurina, que para muchos no es más que un ritual de tortura animal, y en el caso quiteño, una tortura animal en nombre de la religiosidad. La conceptualización simbólica va más allá de estas dos imágenes unidas, el hecho de

dibujar al toro en posición de crucifixión también es simbólico y aumenta terminantemente la crudeza del mensaje, haciéndolo más efectivo.

Resulta igual, o más efectivo utilizar estos símbolos contiguos para producir el efecto comunicativo deseado, el de mediante una imagen hacer una crítica social. Existe un sinnúmero de graffitis antitaurinos en las calles de Quito, pero ninguno tan conciso y eficaz como el que acabamos de ver, que a través del uso de algunos símbolos crea sutilmente un mensaje crudo y hábil.

La tricotomía de Peirce en el graffiti quiteño: El índice

Dentro del mundo del graffiti, el signo graffiti en su modalidad de índice es uno de los más comunes. Tanto es así que uno de los géneros de estilo de graffiti es única y exclusivamente indexical, el *tag*. Descubrimos en el primer capítulo de esta disertación que un *tag* es una firma casi ilegible, estilizada según cada escritor de graffiti y pintada usualmente con marcador sobre superficies visibles y planas. En otras palabras, los *tags* no son nada más que firmas, o marcas, de su autor. Resulta casi imposible encontrar una pared o superficie urbana graffiteada que no luzca unos cuantos tags.



Dos distintos tags quiteños. Como se puede ver, son prácticamente ilegibles; lo que más importa es su estilo y su función es como de una huella del autor.

Existen muchos tipos de graffitis indexicales en Quito, además de los *tags*. Después de manifestaciones políticas en la ciudad siempre quedan marcadas las paredes a lo largo del recorrido de la algarada con graffitis indexicales que se identifican con los grupos involucrados en la protesta, siendo los de la FEUE

(Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador) tal vez los más predominantes en la ciudad.

Y no solo en las protestas políticas y sociales es que aparecen graffitis indexicales –en los territorios de las pandillas suelen aparecer los nombres de la banda, como en todo lado la marca distintoria de cualquier tipo de grupo o los nombres de anónimos ciudadanos en las paredes urbanas.

Antes de los últimos comicios electorales del 14 de julio de 2008, aparecieron, en conjunción con mensajes graffiti fomentando el voto nulo, el graffiti índice del movimiento Vientos del Pueblo, identificado con el cantautor icono de la trova urbana quiteña, Jaime Guevara.



Y es que las paredes de la ciudad son la mejor vitrina y valla publicitaria para los grupos urbanos, sean estos pandillas, movimientos sociales o políticos, grupos musicales, o simplemente individuos que se apropian de su ciudad a través del graffiti y que buscan dejar huella de su diario transitar.

La tricotomía de Peirce en el graffiti quiteño: El icono

El graffiti icónico suele ser, por las características del medio, elaborado con una plantilla o *stencil*. Hacer graffiti es pintar, y pintar se aproxima a dibujar. Muchos graffitis quiteños no son textuales, sino representaciones visuales pictóricas. En efecto, todo un género del graffiti se relaciona intrínsecamente con el dibujo, y este es el graffiti de estilo *Hip-hop*, pero en adición a este elaborado estilo urbano, el stencil suele ser utilizado para representar, mediante la aproximación visual de lo

referido con su referente, personas y conceptos. El *stencil*, al ser una plantilla, facilita la realización de graffitis visuales. Literalmente, para hacer un estarcido, se hace un dibujo en un papel y luego se recortan las partes del dibujo que serán pintadas en la superficie.

Utilizaremos dos muestras para ejemplificar el graffiti icónico de Quito, pero cabe recalcar que adicionalmente existen cuantiosos ejemplares de este tipo de escrituras urbanas.



Este *stencil* es una imagen compuesta por tres partes, una cara, los huesos cruzados y el texto "asesino". La técnica del estarcido facilita la creación de imágenes icónicas ya que es simple crear una plantilla basándose en una fotografía cualquiera. En este caso, tenemos la cara de George W. Bush, cuadragésimo tercer presidente de los Estados Unidos de América, ubicado por encima de dos huesos cruzados –haciendo alusión a la imagen de la calavera (☠), símbolo de la muerte. Como veremos más adelante, en su totalidad esta imagen, como muchos graffitis, puede ser considerada simbólica a demás de icónica.



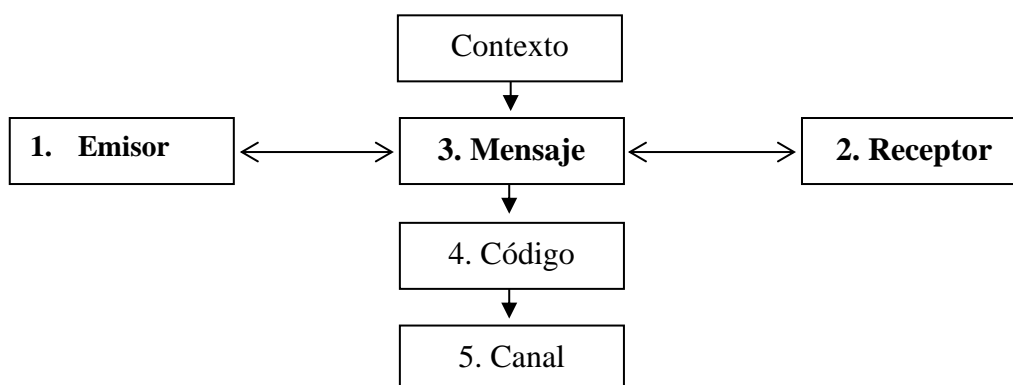
En este segundo ejemplo tenemos a otro *stencil*, esta vez de la figura política Yasir Arafat, difunto líder palestino. Adicionalmente a esta imagen icónica, en la parte superior podemos ver un *tag* (graffiti indexical), y parte de otro texto graffiti hecho con marcador (que ejemplifica la quinta valencia del graffiti, la velocidad).

II. IX- EL MODELO DE COMUNICACIÓN DE JAKOBSON APLICADO AL GRAFFITI

El lingüista ruso Roman Jakobson planteó un modelo teórico de la comunicación que implica diversos factores constitutivos que lo estructuran:

1. Emisor – el que transmite el mensaje
2. Receptor – destinatario que percibe el mensaje
3. Mensaje – la percepción que se transfiere y recepta en el acto comunicativo
4. Código – las reglas de combinación y organización de cada sistema comunicativo, el lenguaje
5. Canal – lo que permite establecer el contacto entre el emisor y el receptor

Entonces, la dinámica comunicativa ilustrada, según Jakobson es:



A raíz de estos elementos constitutivos del modelo de Jakobson, derivamos funciones esenciales del lenguaje inherentes a toda comunicación lingüística, cada una relacionada con un elemento del esquema arriba ilustrado:

1. Función emotiva – se centra en el mismo emisor y pone de manifiesto emociones, estados de ánimo y sentimientos.
2. Función conativa – se centra en el receptor donde el emisor pretende que el receptor actúe o reaccione según lo emitido en el mensaje a través de órdenes, preguntas o súplicas.
3. Función poética – se centra en el mensaje, convierte la *forma* del mensaje en el objetivo de la comunicación y busca producir un efecto especial en el destinatario.
4. Función metalingüística – se centra en el código y es utilizado cuando se refiere al mismo código.
5. Función fática – incide sobre el canal de comunicación y se manifiesta en interrogaciones, repeticiones o frases que buscan intervenir en el circuito comunicativo.
6. Función referencial – se centra en el contexto comunicativo y suele aparecer con mensajes informativos o narrativos.

Tanto los elementos conceptuales del modelo de comunicación de Jakobson, como las distintas funciones derivadas de los mismos se aplican al graffiti y su actividad comunicativa.

Dentro de un circuito comunicativo graffiti tenemos los siguientes elementos y su correspondiente urbano:

1. Emisor: ciudadano/escritor
2. Receptor: ciudadano/lector
3. Mensaje: el enunciado graffiti
4. Código: en el caso del tipo de graffiti bajo estudio en esta disertación, es el idioma español
5. Canal: las paredes y superficies de la ciudad
6. Contexto: el imaginario urbano de la ciudad y los acontecimientos por los que atraviesa la urbe

Del mismo modo como se derivaron las funciones del lenguaje del modelo general de Jakobson, podemos precisar según el caso específico de la comunicación

graffiti las funciones ilustradas por ejemplos de textos escritos en paredes de la ciudad de Quito:

1. Función emotiva: El graffiti “Viva la muerte de León!!” demuestra la alegría del enunciante ante el fallecimiento del ex presidente León Febres Cordero.
2. Función conativa: “Vota nulo”. Este texto urbano insta al lector a tomar una acción específica: anular su voto en una elección presidencial.
3. Función poética: “lo siento, no soy el azul de tu príncipe”. Este juego de palabras cambia el sentido de la frase “príncipe azul”, convirtiendo un ideal a su opuesto.
4. Función metalingüística: esta función es la más compleja ya que hace referencia al mismo sistema lingüístico empleado. No se encontraron ejemplos de esta función dentro de la muestra graffiti levantada.
5. Función fática: “PAREDES BLANCAS, PUEBLOS MUDOS, NO A LA CENSURA!” Este graffiti hace referencia directa al canal de comunicación graffiti –la pared.
6. Función referencial: En tiempos de elecciones presidenciales: “-Qué estás haciendo lobito? –Estoy saliendo electo”. El mensaje de este graffiti cobra sentido gracias a un entendimiento del contexto en el que fue producido.

Como podemos ver, la comunicación graffiti se aplica en su totalidad al modelo comunicativo de Jakobson. Dentro de este fenómeno expresivo urbano existe cada uno de los elementos necesarios para constituir el referido esquema comunicativo, comprobando además que se reproducen los patrones de las diversas funciones lingüísticas de la comunicación correspondientes al modelo en sí.

"...la pared con graffiti deja de
ser pared para convertirse en
espacio de comunicación donde
la propiedad de la vivienda es
del dueño de casa y la propiedad
del mensaje es de la ciudad y de
sus transeúntes"

ADALID CONTRERAS

CAPÍTULO III-

REFLEXIONES SOBRE EL GRAFFITI Y SU VALIDEZ COMO

TÉCNICA EXPRESIVA URBANA

Podemos concluir, por lo que hemos visto a lo largo de esta disertación, que existe necesariamente una relación tricotómica entre el graffiti, la ciudad y los ciudadanos. Así como vimos y puntualizamos que la urbe se define *en* sus ciudadanos y, de la misma manera, ellos se definen *en* ella, el graffiti sin ciudad sería inútil, y sin el ciudadano-autor o el ciudadano-lector, este también sería infructuoso. Como dijo el reconocido graffitero neoyorquino Tracy168, resaltando la naturaleza exhibicionista del arte urbano, "el estilo no significa nada si tu nombre no aparece con frecuencia. ¿Cómo va a conocer la gente tu estilo si no ve obras tuyas?"⁴⁰. De la misma manera que con el estilo, el graffiti es improductivo e inservible si la gente no lo ve, y es en la ciudad, lugar de congregación de la masa humana, donde el graffiti tiene su vitrina natural.

El graffiti no es más que el resultado de las interacciones entre la ciudad y sus habitantes, así como lo son el arte callejero, el tráfico en horas pico, las ferias de comidas callejeras, los ladrones y demás manifestaciones de la vida citadina por parte de los habitantes.

Como vimos en el primer capítulo de esta investigación, Quito, al igual que cualquier urbe del planeta, está conformada por dos partes diferentes expresadas en la dicotomía ciudad/urbano, donde en la primera mitad, *ciudad*, está el espacio físico y empírico del territorio, mientras que en la segunda mitad, *urbano*, yacen las concepciones imaginarias del lugar, que cambian en el tiempo y con los ciudadanos que las reconstruyen constantemente, bajo influencias tanto ajenas provenientes de otras ciudades como por las propias presiones tanto creativas como represivas.

El ciudadano es el elemento focal de esta relación –recorre las calles de la ciudad, va aprendiendo y a la vez creando el imaginario urbano de su ciudad, la interpreta, procesa, y produce el graffiti como resultado de la correlación entre su

⁴⁰ Craig Castleman, Op. Cit., p. 29

ciudad, su deseo de expresión y a la vez su anonimato, producto de vivir entre millones.

Ahora bien, es pertinente recordar que el graffiti también puede ser el resultado del deseo comunicativo frustrado u oprimido del individuo-ciudadano, que no encuentra espacio en los medios tradicionales para expresarse y dejar su huella, la marca de su tránsito y existencia en la ciudad, a través de ellos. Existen, adicionalmente, otros imperativos del graffiti, exigencias inexcusables que motivan la existencia del fenómeno comunicativo urbano conocido como graffiti.

Los graffiti indexicales, por ejemplo, pueden ser simplemente muestras de la existencia del ciudadano, plasmadas con el único fin de afirmarle a su autor su existencia. Necesidad que cada vez se vuelve mayor al aumentar la densidad de individuos en una cierta área, mientras mas individuos menor la posibilidad de ser único, el individuo en número se vuelve una masa, el graffiti es una forma de intentar salir de esta apretujada muchedumbre y a través de una huella tangible de pigmento sobre pared, rebelarse y afirmar la propia existencia.

III. I- GRAFFITI: EL MEDIO ICONOCLASTA

El graffiti trata sobre rupturas –rupturas mentales expuestas visualmente a través de rupturas estéticas y sociales. Ahora bien, si recordamos lo expuesto por Silva en su texto *Punto de vista ciudadano*, el movimiento semántico del graffiti pretende el impacto ciudadano, es decir, busca chocar con lo que los circuitos oficiales de comunicación emiten, y por esto, la comunicación graffiti se propone como "descautiverio de la ideología dominante"⁴¹, en otras palabras, la cultura popular. Epistemológicamente, entonces, el graffiti es una comunicación o expresión iconoclasta.

En Quito, como en otras ciudades del mundo, el graffiti trastorna el orden social, cultural, lingüístico y moral, y es en estas transmutaciones que se da la ruptura

⁴¹ Armando Silva (1987), Op. Cit., p.70

de los códigos establecidos. Recordemos que la palabra iconoclasta significa "el que niega y rechaza la autoridad de maestros, normas y modelos", y que en su acepción original griega quiere decir "rompedor de imágenes". Este fenómeno de escritura urbana es en toda forma y sentido una acción iconoclasta, y por esto es interpretada por muchos como un acto vandálico e indebido, valorado negativamente por la sociedad. El hecho que el graffiti expone lo socialmente prohibido, lo éticamente indecible, hace que se genere una ruptura estética y social que precisamente legitima lo dicho. Al volverse una representación popular adquiere el peso de *vox populi*, la voz de aquellos que aunque tal vez no lo dijeron, lo pensaron, y si no lo habían pensado antes, ahora están en acuerdo; es la misma legitimización que adquieren los chismes en una comunidad pequeña, pero en vez de decirse en y a hurtadillas, se encuentra a la vista de todos pero sin nadie a quien culpar.

El graffiti es una suerte de profanación del texto simbólico colectivo, cuyo propósito es el de desacralizar el territorio urbano y asignarle nuevos usos y significados. Es un mecanismo iconoclasta que a través de sus técnicas y prácticas niega la autoridad de las normas y de los modelos aceptados por la sociedad y la ideología gobernante (operante).

Esta iconoclastia urbana se apodera de ciertos elementos de la modernidad, tales como el tiempo transitorio (representado en el reconocimiento de lo efímero de la vida del graffiti), los espacios físicos (paredes y superficies de la ciudad), y el deseo (aquel deseo comunicativo de las masas, deseo individual opacado por la colectividad y socialización generalizada que supone vivir en la ciudad).

La irreverencia del graffiti no solo yace en apropiarse del espacio –a veces considerado ajeno– y cambiar su significado (de obstáculo demarcatorio a vitrina urbana), sino reposa también en el contenido de sus mensajes, que muchas veces buscan generar una reacción social. El hecho de pintar una pared ajena en sí ya es una transgresión, pero cuando el mensaje es de crítica al sistema social vigente, la insubordinación se torna aún mas evidente.

III. II- EL CIUDADANO-LECTOR

Un actor fundamental en el sistema comunicativo de este mecanismo expresivo urbano, además del enunciador-graffiti y la densa red simbólica que es la ciudad, es el ciudadano-lector. Como en cualquier dinámica comunicativa, la intención expresiva es inútil si no existe un receptor al otro lado del circuito que reciba, decodifique y asimile el mensaje.

"El receptor que recibe un mensaje debe decodificarlo, es decir reconstruir su sentido a partir de signos cada uno de los cuales contiene elementos de ese sentido, es decir indicaciones relativas a las relaciones de cada signo con otros"⁴². Como destaca Pierre Guiraud, el proceso de decodificación del mensaje, en este caso, mensaje graffiti, es un complejo proceso de relacionar signos entre sí, como en cualquier otro sistema de comunicación, y a veces aún más complejos por la utilización de fuentes estéticas, mofas privadas, o sencillamente asumiendo que el lector está enterado del escándalo/logro/idea que se impugna a través del escrito urbano.

Cuando un ciudadano-lector observa un graffiti y lo comprende, ha establecido un acuerdo, él, como receptor, con el emisor del mensaje. Según Guiraud, este acuerdo, esta convención, puede ser implícita o explícita, y cuanto más vago se torne este nexo entre emisor y receptor, "el valor del signo varía en mayor medida con los diferentes usuarios"⁴³. Tal como ocurre en la literatura y en otras artes, existirán tantas interpretaciones de la obra como existan lectores de un mensaje graffiti. La relatividad de la interpretación y de la lectura del mensaje está siempre presente, aunque de mayor medida cuando el vínculo comunicativo sea débil entre el enunciador-graffiti y el ciudadano-lector.

Alicia Ortega expone, en correspondencia con lo anterior, que "[e]l sentido elaborado durante el proceso de lectura del graffiti rebasa el código verbal y lo que recibe el lector-espectador es un efecto equilibrado de información y figura, en el que

⁴² Pierre Guiraud, Op. Cit., p. 21

⁴³ Ibíd, p. 36

la información es suministrada por el contexto espacial, esto es, el lugar de inscripción, los colores elegidos, el tamaño y la forma de las letras, los materiales empleados, las formas concebidas"⁴⁴.

Entonces, en la labor de decodificación y entendimiento interpretativo del ciudadano-lector influye la cuarta valencia del graffiti (la escenicidad), y su imperativo correspondiente (lo estético). Como vimos en el capítulo anterior con los ejemplos de esta característica inexpugnable de graffiti, "PUCElanimes" y el acróstico paródico del Partido Sociedad Patriótica, la ubicación de la escritura graffiti y sus colores cargan consigo una cantidad sustancial de información necesaria para la comprensión y culminación del circuito comunicativo propuesto por el autor del escrito. Estos aspectos meramente gráficos pueden completar por características propias el circuito comunicativo. Concluamos, pues, que como insinúa Ortega, el graffiti puede ser verbal y visual a la vez, porque además de ser leído también es contemplado como imagen; y es esta dualidad la que brinda el sentido profundo a la dimensión de la pared pintada, al volverse más que un texto y más que una imagen, al ser una conjunción de signos, que tomados juntos, forman mucho más que sus partes constituyentes, y todo gracias a que la ciudad permite que hayan individuos que agredan paredes, las vuelvan públicas y que exista un tráfico suficiente de otros para que las lean y las aprecien.

El último eslabón del circuito comunicativo del graffiti es el lector. A través de él o ella es que las imágenes y las escrituras encuentran un sentido y cumplen su propósito expresivo. "El graffiti convierte al transeúnte que lo lee, así no quiera, en una suerte de cómplice contra el poder."⁴⁵ Los mensajes del graffiti son textos periféricos que aparecen como espacios discursivos alternativos, que exponen otra mirada de la realidad, contrapoder, o como lo puso Alex Ron en sus propias palabras, "[e]l graffiti tiene mucho de paréntesis de realidad, es un instante de provocación y de convocatoria al transeúnte a mirar la vida desde otros minaretes"⁴⁶.

⁴⁴ Alicia Ortega, Op. Cit., pp. 22-23

⁴⁵ Juan Carlos Morales, "Primer acto del juglar", *Graffiti: en clave de azul*, Quito, 1997, p. 5

⁴⁶ Alex Ron, Op. Cit., p. 27

El ciudadano y su afán de dotar de sentidos a espacios urbanos que sustentan su vida, además de generar mensajes, a través de diferentes mecanismos expresivos que interpreten, cultiven y se apropien de aquellos sentidos, es lo que hace posible la visualización de la coyuntura urbana.

Los graffitis aparecen para ser contemplados, leídos, borrados, manchados, alabados o silenciados. Los habitantes que reconocen en muchos de ellos sus saberes literarios los admiran y saludan; otros se horrorizan por la bajeza y procariedad de una escritura sucia. Objeto de risa y de deseo, generador de otros textos que lo comentan, lo celebran o lo rechazan, el graffiti es pretexto para otras escrituras. El festín visual del graffiti se levanta para ser admirado sobre diversas superficies de la ciudad como espacios cargados de sentido que hacen posible perspectivas diferentes para visualizar el acontecer urbano⁴⁷.

III. III- LA DOBLE FAZ DEL SABER

El saber tiene una "doble faz": un sistema epistemológico (significado) y un sistema semiológico (significante)⁴⁸. Si la ciudad con sus miles de significantes es la fuente semiológica, entonces dentro del individuo se da una "epistemología ciudadana como expresión de sueños colectivos"⁴⁹. El graffiti se convierte en ese signo urbano vértice de esta doble faz del saber, donde, a través de la interiorización del mensaje por parte del ciudadano-lector y por medio de la preliminar iniciativa comunicativa del enunciador-graffiti, se suscita la confluencia de lo epistemológico y lo semiológico, resultando así en la finalización del circuito comunicativo urbano que es el graffiti.

El individuo es, por el simple hecho de vivir en una ciudad, un ser semántico. Ya vimos que la ciudad es una fuente casi inagotable de signos, y el ser semántico que habita en ella los crea, interpreta, y los utiliza.

Así pues, consideramos que el ser humano tiene aquella necesidad comunicativa innata, motivada en mayor medida a través de la semántica de la ciudad, al interpretar y asignar significados, apropiarse de su espacio urbano, crea la

⁴⁷ Alicia Ortega, Op. Cit., p. 42

⁴⁸ Pierre Guiraud, Op. Cit., p. 71

⁴⁹ Lyliam Albuquerque, Op. Cit., p. 2

comunicación graffiti para ver su existencia reflejada en los muros ciudadanos y aliviar el deseo comunicativo instintivo.

Autores como Ortega interpretan al graffiti como el resultado del desencanto posmoderno⁵⁰. Adalid Contreras, articulista boliviano, en su columna titulada "Escribir en las paredes es graffitante", dice que el graffiti expresa el "desencanto de la intimidad con una época sin rumbo"⁵¹.

De la misma manera, Román Mazzilli propone interpretaciones parecidas: "Los graffiti, como los músicos de rock, son los nuevos referentes de una generación que ya no cree en políticos, militares y demás criaturas de la institución social. Sus ideas breves e impactantes ofician de filosofía y hasta de modo de vida para los pibes"⁵².

III. IV- EL GRAFFITI VS. EL ANUNCIO PUBLICITARIO

El graffiti es el opuesto diametral de la publicidad —entretanto que el primero procura un efecto social de fuerte carga ideológica y transgresora del orden establecido, la segunda tiene como intención comunicativa el consumo de lo anunciado, haciéndolo funcional a un sistema social, político o económico instituido. "Mientras el graffiti se construye sobre una valoración negativa, propia de su inherente prohibición, la publicidad es, desde su origen, un acto positivo. Esto supone que la positividad de la publicación exigirá, de igual manera, un cuadro de imperativos, en donde nociones como 'consumo' y 'reproducción de capital', entre otras, actuarían como modelizadores sociales e ideológicos de sus respectivos textos"⁵³.

Una valla publicitaria o un cartel comercial son socialmente aceptados —el uso del espacio urbano es acertado, según los cánones sociales porque se ajusta a la

⁵⁰ Alicia Ortega, Op. Cit., p. 41

⁵¹ Adalid Contreras, Op. Cit. p. 15

⁵² Román Mazzilli, "Graffiti... Las voces de la calle", en línea:
<<http://www.guegue.com/graffiti/voces.html>>, fecha de acceso: 21/5/2010

⁵³ Armando Silva (1987), Op. Cit., p. 49

ideología oficial. El graffiti, por otro lado, se contrapone con el anuncio publicitario en que invade, dentro de la acepción social vigente, el espacio ciudadano. Además de imponerse dentro del territorio urbano, expone mensajes que no se apegan al sistema.

A pesar de ser opuestos absolutos, tanto el graffiti como la publicidad han tomado prestadas características de su contraparte para emitir y efectivizar su mensaje.

- Contra-cartel-graffiti: cuando un mensaje graffiti interviene en un anuncio publicitario y se lo modifica, cambiando su significado.
- Moda comercial graffiti: el uso de mecanismos propios del graffiti para elaborar un mensaje publicitario.

Empresas trasnacionales como Nike han ejecutado campañas publicitarias graffiteras en Quito en los últimos años. En las paredes de la zona comercial de la ciudad (centro-norte), han aparecido *stencils* del signo icónico de esta marca y textos de acompañamiento referente a la campaña publicitaria aludida (“compra nuestros zapatos”). Además de ser de bajo costo de producción, la moda comercial graffiti tiene un atractivo especial por sus característica citadina y transgresora, que puede apelar a un gran *target* urbano.



Tres ejemplos de moda comercial graffiti.

En esta imagen tenemos tres ejemplos de moda comercial graffiti. El propósito de cada una de estas pintadas no es de ir en contra del sistema, necesariamente, sino de anunciar un producto que cabe, de una forma u otra, dentro del sistema social aceptado. Por un lado, tenemos a un *stencil* de un programa radial (La Barricada), otro estarcido de lo que aparenta ser la pantalla de un reloj digital mostrando una hora (17:32), y un número de contacto para “aborto seguro”. Aunque el aborto es ilegal en el país, la intención comunicativa de este último graffiti no es transgresor, sino de anunciar, como si la pared fuera un cartel comercial, un servicio.

El segundo graffiti de este ejemplo también es una moda comercial graffiti, o tal vez, para ser más preciso, moda política graffiti. Lo que se anunciaba con 17:32 no era, como aparentaba, una hora específica, sino la coalición de las listas políticas 17 y 32 para unos comicios electorales. La utilización del graffiti como medio de propaganda política legitima su uso, anteriormente menospreciado, y muestra que el mismo sistema operante reconoce la validez y efectividad de este medio de comunicación no tradicional.

III. V- DE LA MENTE A LA PARED

A lo largo de esta disertación hemos visto y delineado conceptos diferentes que han ido encajando uno con otro, relacionándose y facilitando así la creación de una concepción general del graffiti quiteño. (1.) Primero resaltamos que una característica innata del fenómeno graffiti es su irreverencia, su deseo de revelar lo que los medios tradicionales y otros circuitos comunicativos urbanos no exponen; después, (2.) reconocimos que los imperativos del graffiti nacen del imaginario urbano endémico a cada ciudad; a continuación, (3.) al analizar y definir las características del imaginario urbano quiteño identificamos lo que denominamos el Síndrome Chulla Romero y Flores (la supresión del antecedente humilde y pobre para resaltar el sentido de una herencia aristocrática, heredada del régimen colonial). (4.) Luego, complementamos lo anterior con el primer y tercer sistema de relación epistemológica, donde el objeto imaginado y representado por el ciudadano existe en la realidad empírica, mas no en el imaginario urbano, y donde lo representado existe

únicamente en el imaginario, respectivamente, al hablar la sobre la supresión del sur de Quito y de la concepción de una supuesta españolidad de la ciudad durante sus fiestas fundacionales.

Para ilustrar tanto la creación de signos-graffiti de tipo simbólicos, la rebeldía del graffiti quiteño y a su vez reconocer la particularidad del imaginario urbano quiteño en la que florece un extraño vínculo con la cultura española a fines de año, recurrimos al ejemplo del estarcido de un toro crucificado. Atendiendo la teoría de Peirce, que los signos pueden adquirir una de tres modalidades, el *stencil* en mención representó, de manera muy clara y terminante, un mensaje graffiti cargado en signos simbólicos.

El estarcido del toro crucificado es, como vimos anteriormente, una fuerte crítica no solo a la fiesta taurina decembrina de la capital, sino también a la concepción imaginada de que Quito y sus ciudadanos tienen fuertes vínculos con España, concepción reflejada hasta en la letra del himno capitalino –he aquí la subversión e irreverencia inherente a este fenómeno comunicativo urbano.

Dentro de la descripción del imaginario urbano de la ciudad constatamos que existe esta noción que existe únicamente en el imaginario urbano y no en la realidad empírica, cuando los quiteños y quiteñas "simulan actitudes españolas, vestidos de sombrero y botas, tomando vino, la plaza [de toros] entera vibra al unísono del *olé*"⁵⁴. El graffiti del toro crucificado cita exclusivamente este fenómeno cultural quiteño, y veremos, a continuación, cómo las nuevas tecnologías comunicativas ayudaron a que este concepto graffitero se materialice para luego ser plasmado en una pared de la ciudad.

Los nuevos medios sociales cibernéticos como Twitter o Facebook tienen una acogida masiva en la actualidad y ofrecen una cantidad inconmensurable de información. Estos sistemas de intercambio de información digital basan su contenido en lo que sus propios usuarios generen y han sido utilizadas a favor de

⁵⁴ Vanessa Vanegas, "Análisis de la configuración del imaginario urbano a partir de la representación mediática de Quito contemporáneo en los productos periodísticos *Segmento de la comunidad*, *Noticiero 24 horas*, *Teleamazonas* y *Sección Quito*, *Diario El Comercio* durante el periodo de agosto 2007", Tesis, PUCE, p. 90

campañas, organizaciones, y movimientos de organización social de diversos tipos. Creando así una revolución de consumidores-productores de contenido donde cada usuario tiene la capacidad de ser un medio de comunicación y emitir el mensaje que le plazca mientras a la vez mantiene la capacidad de colaborar y comunicarse con otros usuarios que a su vez emiten y reciben mensajes de terceros, creando inmensas redes de mensajes interconectados.

Es por pura coincidencia que, después de haber documentado fotográficamente el *stencil* del toro crucificado en una pared, me encontré con una página de Facebook donde se vislumbraban los pasos iniciales de la creación de este graffiti quiteño.

facebook

Home Profile Friends Inbox 3

Fabian Riofrio Settings Logout

Fan photos from Odio La Feria Jesus del Gran Poder

Photo 12 of 20 | Back to Profile | See All Photos

Previous Next



eehh amigos, el borrador del estencil para la campaña quito no es taurino, pilas los q kieran unirse al bandalismo

Added by JotaeMe Beat Player to "Odio La Feria Jesus del Gran Poder"

Added November 15

6 people like this.

Erick Du-Fazz Jodida Escuela DE WUAN CRUZA EL STENCIL

November 16 at 11:58am Report

Odio La Feria Jesus del Gran Poder Excelente trabajo mis amigos!!!!!!!!!!!!

De una!!!!!!!!!!!!!!

November 16 at 7:57pm Report

Odio La Feria Jesus del Gran Poder Nos unimos!!!!!!!!!!!!

November 16 at 7:57pm Report

Carlitos Carrera CRUZATE EL STENCIL BROTHER!!! YO ME UNO DE UNA!!!

November 19 at 9:07am Report

Share +

Tag This Photo

Report This Photo

"eehh amigos, el borrador del estencil para la campaña quito no es taurino, pilas los q kieran unirse al bandalismo" [sic]

Como muchos de los graffitis de las paredes de las ciudades del mundo, este *stencil* del toro crucificado empezó como un boceto de lápiz en un papel. El proceso creativo del graffiti suele empezar mucho antes del momento de su ejecución –el enunciador-graffiti primero se habitúa a escoger un mensaje y una pared apropiada para él. Como recoge Castleman, basándose en numerosas entrevistas y conversaciones con graffiteros neoyorquinos, "los escritores de graffiti suelen practicar sus futuras obras en cuadernos de dibujo"⁵⁵.

Lo interesante de compartir el bosquejo del toro crucificado en este medio social del Internet es que el apoyo se hizo notar inmediatamente. Diferentes usuarios comentan su agrado del borrador de aquel futuro estarcido, algunos incluso llegan a ofrecerse como ejecutores secundarios, esparciendo el mensaje desde las redes digitales a las sólidas paredes publicas.

La divulgación de propuestas de mensajes graffiti por Internet podría generar una producción masiva e ubicua de los mismos, transformando así la costumbre aislada y personal con la que hasta ahora ha sido ejecutada la enunciación graffiti. El aprovechamiento de estas nuevas tecnologías informáticas de la comunicación podría engendrar una evolución tanto en cantidad como en calidad del graffiti contemporáneo.

III. VI- EL FUTURO DEL GRAFFITI

Es evidente que, con el pasar de las décadas, la cosmovisión social ha ido adaptándose de tal forma que ya no solo se ha dejado de combatir al graffiti en muchas partes del mundo, sino que se lo está empezando a incorporar al sistema. En los Estados Unidos como en Europa, la obra de algunos prominentes autores graffiti ha dejado las calles para encontrar un lugar en diversas galerías artísticas, como son los casos de los reconocidos artistas urbanos Mr. Brainwash o Banksy, el primero de los cuales ha logrado vender su obra como si fuera arte de alto valor.

⁵⁵ Craig Castleman, Op. Cit., p. 33

...en la cuna del [...] graffiti hip-hop la ciudad de Nueva York, en donde luego de haber implementado leyes y constituido escuadrones policiales contra el graffiti en esa ciudad, actualmente el sector turístico oferta paseos por los barrios de Manhattan, Brooklyn y Bronx para mostrar al turismo, tanto los vestigios como las nuevas propuestas de lo que en las últimas décadas del siglo XX fue el principal enemigo de la ciudad, que a la fecha no han logrado erradicar, y de donde surgieron incluso íconos de la cultura y el arte Norteamericano como el caso de J.M. Basquiat o Keit Haring por mencionar algunos⁵⁶.

Esta transición de valores genera, naturalmente, la interrogante de que si un enunciador-graffiti o su obra logra reconocimiento social, al punto de ser valorado como arte y apreciado por el sistema al que se supone combate, ¿deja de ser parte del fenómeno de comunicación gráfica informal conocido como graffiti?

Lo cierto es que siempre habrá algún sistema de comunicación sancionado por la sociedad y, consecuentemente, habrán individuos marginados del plan comunicacional oficial. Mientras existan los marginados y excluidos del discurso oficial, aparecerán de manera espontánea y anónima escritos urbanos ejecutados con precariedad, velocidad y de permanencia fugaz en las superficies citadinas, que, a pesar de su corta vida, serán de larga recordación en la memoria del ciudadano que las lee e incorpora a su experiencia de habitación urbana.

Es el caso de que en nuestra ciudad se ha empezado a aprobar este fenómeno urbano, e incluso se le ha llegado a dar reconocimiento oficial, incorporándolo de alguna forma en la cosmovisión general urbana. Diferentes administraciones del Municipio de Quito han tomado actitudes más incluyentes y han abierto las puertas del dialogo con jóvenes graffiteros, tanto así que se han asignado extensas superficies urbanas con el propósito de ser pintadas y decoradas, reconociendo este deseo expresivo y creativo no tradicional.

"Según Francisco Proaño, jefe de Arte Público de Quito, estos murales se hacen más desde que en la administración anterior [Alcaldía de Paco Moncayo] la concejala Margarita Carranco buscó integrar a los jóvenes de pandillas, naciones y

⁵⁶ Jesús Peredo. "El Graffiti: su evolución y percepción social a favor o detrimento de una ciudad", en línea: <<http://topofilia.net/coloquio09peredo.html>>, fecha de acceso: 4/12/2010.

movimientos. Eso, a través de la intervención en muros, con el permiso y cuidado del Municipio"⁵⁷. Uno de los artistas entrevistados en la nota cuenta que su trabajo incluso tiene el aval del Ministerio de Cultura, evidenciando que la aceptación a este mecanismo de expresión urbana está siendo ponderada como legítima y justa por parte de las autoridades.

Como destaca la nota periodística, "El graffiti tiene dos caras en los muros de Quito"⁵⁸, el graffiti artístico, los murales con dibujos muchas veces abstractos, versus el graffiti textual (enfoque central de este estudio), es el que más acogida tiene en las negociaciones con representantes del oficialismo urbano. El texto-graffiti sigue y seguirá siendo su hermano rebelde, que suelta improperios y dice lo que siente y piensa sin pedir permiso a nadie.

El graffiti-arte puede entrar a formar parte de otra clase de enunciados, por su semejanza con el arte, mientras que el texto-graffiti está ligado más, por su carga ideológica, con lo caracterizado a lo largo de esta tesis, en especial en el primer capítulo. En el caso del graffiti-arte, entonces, se podría considerar que por su carencia de las valencia precariedad, velocidad y fugacidad, dista de encajar completamente en el enunciado texto-graffiti.

A pesar de mantener diferencias con el texto-graffiti, el graffiti-arte sigue siendo una expresión comunicativa marginal que nace, de la misma manera que su hermano textual, del imaginario urbano y la concepción ciudadana de su territorio.

Se podría especular que, con estos pasos iniciales de aceptación del fenómeno artístico del graffiti en la capital, el texto-graffiti también lograría en un futuro una mayor aprobación y anuencia para dejar de ser vista como un acto vandálico que ensucia la ciudad y convertirse en parte del ambiente urbano consentido.

⁵⁷ Redacción Quito, "El graffiti tiene dos caras en los muros de Quito", El Comercio, Sección Cultura, lunes 8 de noviembre, 2010, p. 17

⁵⁸ *Ibíd.*, p. 17

III. VII- LAS TEMPORADAS DEL GRAFFITI EN QUITO

El graffiti es exhibicionista: busca pervertir un orden mostrando lo indebido, y la ciudad "también se define por las imágenes exhibicionistas que se muestran desde los muros, paredes y otros objetos de sus territorios"⁵⁹. Tanto en el acontecer citadino como en la retina de sus ciudadanos, hay un ir y venir de temáticas de interés colectivo, temáticas de donde nacen los escritos que luego decorarán las paredes de la ciudad.

Como vimos en el capítulo anterior, Quito, al ser capital de la república, es eje focal del acontecer político nacional, y esto afecta activamente el imaginario urbano de la ciudad. Es por esta razón que durante todo el año aparecen graffitis de temática política a lo largo y ancho de la capital, pero cabe destacar que existen diferentes épocas periódicas que suscitan un auge en este tipo de pintadas urbanas.

La capital ecuatoriana cuenta con una tradición graffitera de varias décadas que ha cobrado un nuevo auge, sobre todo desde 1991, cuando sus muros y paredes se llenaron de estas escrituras y se publicaron varias antologías que recogieron los graffitis quiteños de esta época más reciente⁶⁰.

Quito, tanto su casco físico, habitantes e imaginario, como escenario principal del gobierno nacional, están a la merced del vaivén del oleaje político natural de un estado, y esto resulta consecuentemente en la producción de graffiti correspondiente. Las temporadas de mayor producción de graffiti político son, sin duda, las épocas electorales. Para la elección de alcalde del Distrito Metropolitano de Quito siempre se origina una suerte de dialogo urbano a favor y en contra de los candidatos, muchas veces motivado tanto ideológica como económicamente por parte de los movimientos políticos involucrados, y muchas veces como resultado del análisis del proselitismo común de la época por parte del anónimo ciudadano. No es secreto que movimientos políticos e incluso el gobierno nacional ha pagado a individuos a que plasmen graffitis a su favor y en contra de sus opositores.

⁵⁹ Armando Silva (1987), Op. Cit., p. 74

⁶⁰ Alicia Ortega, Op. Cit., p. 22

Para las elecciones presidenciales ocurre lo mismo, solo que en mayor escala. La política nacional ocupa un mayor porcentaje de superficie urbana en cuanto a graffitis quiteños que la política local. Es en tiempos de elecciones presidenciales que la ciudad se colma de mensajes graffiti a favor o en contra del sistema, sus candidatos y sus movimientos políticos como respuesta legítima de los habitantes de una ciudad tan politizada.

No existe un ciclo tan demarcado en cuanto a la aparición de mensajes de las demás categorías del graffiti quiteño (graffiti de comentario social, graffiti romántico y graffiti lúdico) como sucede con el graffiti político. Usualmente después de sucesos de interés colectivo es que aparecen los mensajes de comentario social, sea de crítica o de análisis, como fue el caso de varios graffitis relacionados con la pandemia de la gripe porcina del año pasado.



Graffiti de comentario social sobre la pandemia de gripe porcina, 7 de mayo, 2009.

La aparición de escritos de graffiti romántico es tan esporádica y aleatoria como el amor mismo que lo ocasiona. No existe mayor motivación para la ejecución de este tipo de escritos que el reconocimiento de los sentimientos de afecto de una persona hacia otra. Se podría especular que en fechas como San Valentín, en las que

en el mundo occidental se ha transformado al amor en una moda comercial ya instituida en el imaginario colectivo, podrían aparecer más graffitis románticos en las paredes de la ciudad.

Por otra parte, el graffiti lúdico también está exento de temporadas definidas –más bien es como el sentido del humor: siempre está ahí, solo que a veces no encuentra las palabras o el momento para manifestarse. Existen muchos graffitis quiteños cuyo único propósito es el de hacer reír al ciudadano-lector, muchas veces tomando forma tanto de graffiti lúdico como de comentario social, al referirse jocosamente a acontecimientos de la actualidad ("Habemus Papa... Hagamus Locro"), o simplemente graffiti lúdico que aparece sin mayor razón que el deseo de hacer reír; mensajes como:

*Por muy malo que haya sido, al muerto siempre lo sacan en hombros*⁶¹

III. VIII- GRAFFITI: ¿UN MEDIO DE EXPRESIÓN LEGÍTIMO?

A lo largo de la historia y a través de diferentes mecanismos, el ser humano ha logrado expresar sus pensamientos y emociones, desde los más banales hasta los más espirituales. La elevación del arte como expresión máxima estética solo ha reafirmado la importancia de lo visual en la vida del ser humano.

Han existido numerables ejemplos de arte trasgresor, que causó polémica en su época, como lo hace el graffiti. *Las damiselas de Avignon* es una muestra de arte que en su época causó rechazo y controversia. El cubismo de Picasso, la representación casi bestial de las mujeres en la obra y el uso poco real de los colores causaron que la crítica en 1907 se mostrara muy fuerte en su contra.

La verdad es que el arte es relativo, lo que uno considera como estéticamente atractivo puede ser lo opuesto para otro. Tal fue el caso de *La fuente*, de Marcel Duchamp, artista dadaísta francés, que no es más que un urinal común y corriente colocado sobre un pedestal creado en 1917. El mensaje crítico de Duchamp es que se

⁶¹ Graffiti documentado en las inmediaciones del cementerio de El Batán, Quito, noviembre 2009.

acepta cualquier creación u objeto como arte, así sea la representación de lo más cotidiano y hasta repugnante. La validez del mensaje emitido por Duchamp con su fuente es que la interpretación del espectador es el que asigna valor artístico a un objeto –como dice el viejo adagio inglés: "La belleza está en el ojo del que mira".

Manteniendo esta premisa, podemos decir que el graffiti es valorado por unos, como puede ser rechazado y tildado como una manifestación negativa por otros. Pero en el caso del graffiti, lo que legitima su existencia es el deseo comunicativo y expresivo de su autor. Mientras que para unos *La fuente* de Duchamp puede ser meramente un urinal sin valor artístico, y por esta razón pierde legitimidad dentro de la relatividad de su apreciación; el graffiti por su intención expresiva de manifestar lo que el individuo no logra exponer a través de otros medios se legitima. El hecho de que un graffiti esté sobre una pared es resultado del deseo comunicativo de un individuo, y por más que su apreciación sea relativizada por el juicio subjetivo del espectador, el acto, la intención comunicacional es válida. Al urinal se lo puede desechar como basura, estéticamente hablando, pero tanto su intención expresiva como la de un graffiti debe ser reconocida como una determinación manifiesta válida.

Lo que para muchos descalifica al graffiti como un medio de comunicación válido es el hecho de que se impone sin consideración alguna sobre el espacio de la ciudad, afeándolo para muchos, ensuciando el paisaje urbano. Un grito de protesta o de exclamación tiene el mismo valor comunicativo que un graffiti, pero con el antecedente de que el escrito urbano permanece visible hasta que alguien lo cubra.

Es importante reconocer la validez de todo tipo de expresión individual o colectiva. Siempre habrá la polémica sobre como el graffiti y sus creadores deberían respetar los espacios ajenos y públicos, pero bajo la interpretación de estos segundos, los espacios públicos y las superficies urbanas son lugares de congregación social y vitrinas donde el ciudadano se muestra y se mira, convirtiéndolas en portadores propicios de sus mensajes.

¿Quién tiene la autoridad moral para decidir qué tipo de expresión es legítima y cuál no?

IV- CONCLUSIONES

1. El ser humano tiene un instinto comunicativo innato con el que, a través de la historia, ha logrado dar forma a un sinnúmero de diferentes mecanismos de expresión, como el arte plástico, el teatro, la música, y en la actualidad, diversas adaptaciones de estas, como el graffiti.
2. La ciudad dejó de ser meramente el territorio de habitación de un grupo de personas, para convertirse contemporáneamente en un espacio de realizaciones culturales y sociales, donde los ciudadanos se han emancipado del espacio físico y lo han incorporado de distintas maneras a su imaginario.
3. El ser humano, al ser un ente semántico –asigna significado a objetos, cambió su forma de ver a la ciudad y la re-interpretó como un repositorio interminable de signos, alterando así su uso y habitación de la misma permanentemente. El individuo, adicionalmente, se ingenió diversas formas para apropiarse del espacio urbano y asignarle nuevos significados, haciendo que la vida citadina se convierta en una experiencia incluyente y multicultural.
4. En las ciudades de la actualidad ocurren procesos de mestizaje y de hibridación de forma natural e incontrolable. Prácticas, creencias y costumbres aisladas se combinan para generar nuevas estructuras mentales y formas culturales. Esta hibridación sucede en todo nivel de la vida humana, desde lo cultural, ideológico, religioso hasta lo tecnológico.
5. En cuanto a los centros poblacionales conocidos como ciudades modernas, existe de manera indeliberada la concepción de la dicotomía ciudad/urbano. La ciudad llega a ser el casco físico, el espacio palpable y real, mientras que lo urbano es el espacio dentro del imaginario de los habitantes donde acontecen las culturas ciudadanas –el espacio social en el cual se manifiestan los significados asignados y se relacionan con las experiencias vividas.

6. Tanto el individuo como la colectividad crea una concepción mental de su ciudad, llamada "imaginario urbano", donde yacen los recuerdos, las vivencias, las creencias y los sentimientos vinculados con la urbe. La noción de que Quito es una ciudad Franciscana y conventual es un concepto proveniente del imaginario urbano de la capital, por ejemplo.
7. Evidentemente, el graffiti moderno surge como resultado del auto-reconocimiento del instinto comunicativo del ser humano, combinado con la reinterpretación de la ciudad y de sus espacios.
8. La expresión urbana de momento conocida como graffiti es un escrito indebido -sea por el contenido de su mensaje o su ubicación, y es producto de la confluencia de lo urbano y sus sistemas de representación con el constructo humano real.
9. La configuración del graffiti está compuesta por siete características inherentes a su código: la marginalidad, el anonimato, la espontaneidad, la escenicidad, la velocidad, la precariedad y la fugacidad. Un graffiti no tendrá, necesariamente, todas estas valencias a la vez, pero siempre tendrá una, o varias.
10. El graffiti es un estímulo semiológico que hace alusión a imágenes mentales asociadas en el imaginario de los ciudadanos cuyo propósito es establecer una comunicación entre locutor y receptor, creando asociaciones de signos por parte del emisor y el receptor. En otras palabras, es un proceso comunicacional, como cualquier otro.
11. Con certeza, la comunicación es inherente al graffiti, no solo por la intención expresiva del enunciador-graffiti, sino también por el proceso de decodificación del mensaje por parte del ciudadano-lector. El tradicional esquema de Emisor, Mensaje y Receptor de Jakobson se cumple a cabalidad dentro del mecanismo expresivo urbano conocido como graffiti, y

adicionalmente las diversas funciones de la comunicación lingüística relacionadas con este modelo se derivan de esta forma expresiva urbana.

12. Se hallan cuatro tipos de graffiti en Quito, distinguidos por sus características prominentes: (1) el graffiti político, (2) el graffiti de comentario social, (3) el graffiti romántico y el graffiti lúdico (4). Una muestra graffiti se puede encasillar en una o más de estas categorías de manera compartida. La temática de mayor prominencia en las paredes de la ciudad es del primer tipo, por la naturaleza política de la ciudad.
13. El graffiti es un medio expresivo iconoclasta, al buscar constantemente generar algún tipo de ruptura. La crudeza de algunos de sus mensajes chocan con lo socialmente aceptado, y el hecho de imponerse sobre el paisaje urbano de manera no sancionada genera una ruptura de modelos y normas sociales.
14. El estilo y el contenido del graffiti de una ciudad se basa y proviene casi en su totalidad del imaginario urbano de esa ciudad. Las características definitorias de la urbe crearán, consecuentemente, graffiti relacionado con estos rasgos definitorios.

RECOMENDACIONES

1. En vista de que la ciudad es un territorio compartido por muchos individuos con diferencias, debe ser un espacio incluyente. Es vital que se reconsideren los esquemas sociales establecidos, cambiando así la concepción oficial de la ciudad para que incorpore a un mayor número de sus ciudadanos.
2. En ciudades como Quito, donde la política y demás temas de importancia social están constantemente en la palestra, es necesario hacer un estudio competente sobre el graffiti y otras expresiones urbanas marginadas, reconociendo así la validez de la voz y opinión de los marginados.
3. Para eventualmente incluir al fenómeno graffiti dentro de un esquema socialmente sancionado, es importante enfatizar una desasociación del graffiti con pandillas, crimen y vicios.
4. Al ser un mecanismo expresivo presente desde lo más remoto de la existencia humana, es necesario que la sociedad aprenda a reconocer el valor del graffiti como una voz legítima del anónimo ciudadano relegado, fuente de opiniones, información e interpretaciones de la realidad.